

## APROXIMACIÓ A L'ESTUDI DE LA COMUNICACIÓ FOLKLÒRICA

IGNASI ROVIRÓ I ALEMANY

*A Josep Maria Pujol*

### 0. *Introducció*

Aquest article és el resultat d'una recerca conceptual que pretén ser personal i clarificadora en el camp de l'epistemologia del folklore. Així doncs, les lletres que segueixen a aquesta breu introducció suposen un capbussament en els vapors aquosos de la reflexió: una reflexió que s'esdevé necessària quan ja es porta algun temps en el terreny de la pràctica continuada i insistent i que, a més, exigeix, seductorament, unes relacions més directes i estables. És per això mateix que aquí, en aquestes lletres, el festeig amb el folklore pren el terreny dels conceptes: en aquest nou treball de camp l'ordinador substitueix al magnetòfon i el fonema esdevé grafia. Però segueix essent un treball obert, una recerca continuada i gens closa que espera un prometatge llarg i fructuós.

### 1. *La teoria del folklore com a comunicació a Catalunya*

El llibre de Ll. Prats, D. Llopart i J. Prat (1982) no ens és útil per fer el resseguit que pretenem, per dos motius: 1) perquè acaba el seu recorregut d'institucions i d'estudiosos al 1981 i és a partir dels anys vuitanta que comença a Catalunya la visió del folklore com a comunicació; 2) perquè planteja el folklore barrejat amb l'etnografia, l'antropologia i la cultura popular: folklore i cultura popular són presos per sinònim. Per altra part, en el text no es fa una diferència clara entre folklorista, etnòleg i antropòleg.

Dels pocs materials que s'han produït sobre el tema, hem de destacar els del seu introductor i màxim representant: J.M. Pujol ha defensat en diversos treballs (1985, 1989, 1991a, 1991b) els requisits necessaris per l'aparició del folklore i sempre ho ha plantejat des de la perspectiva de la comunicació. Les meves notícies em diuen que, llevat d'alguns articles del GRFO

(1991a, 1991b), de Gabriel Ferré (1990, 1991) i d'Ignasi Roviró (1990), tots ells a l'entorn dels escrits de J.M. Pujol, en l'àmbit català la proposta d'aquest últim és l'única formulació que planteja el folklore des de la teoria de la comunicació.

La posició del GRFO sembla, encara, en procés de definició atesa la fluctuació en els plantejaments que trobem en els dos articles. La formulació més rica la trobem expressada de la següent manera:

«...hem d'afirmar que el folklore és, bàsicament, comunicació. Per dir-ho amb d'altres paraules i per centrar-ho en el terreny del folklore oral, és un sistema comunicatiu complex on el subjecte de la comunicació disposa els elements semàntics i parasemàntics de tal manera que més enllà d'una comunicació merament informativa els combina de forma que les funcions semàntiques que li permet el sistema siguin aptes per: a) canviar, amagar i distorsionar, en el mateix moment que es dona i sota criteri de l'emissor, la intenció de les funcions semàntiques; b) expressar conviccions i sentiments estètics, ontològics, metafísics o emotius (entre els quals hauríem de destacar els valors i les actituds); i c) preveure, *in situ*, una possible resposta del receptor, creant-se d'aquesta manera unes situacions, d'adjacència especials la responsabilitat de les quals s'ha d'adjudicar tant a l'emissor, al receptor com també al sistema cultural que les ha fet possible...» [1991a: 9]

Les condicions que hem presentat pel GRFO les poden complir moltes fórmules i textos comunicatius que no són pas folklòrics. Amb tot, aquesta posició no deixa de ser interessant per la circumscripció del folklore a la teoria de la comunicació, pel dinamisme que projecta, per ultrapassar estrictament la funció informativa del llenguatge i, per últim, pel plantejament obert de les situacions d'adjacència. Tot i que el paràgraf transcrit ja hi apunta, en l'article 1991b, el GRFO s'adhereix obertament al programa de J.M. Pujol.

Abans de passar a veure la posició de J.M. Pujol cal deturar-nos breument en Gabriel Ferré [1990, 1991]. Dels dos treballs que s'han assenyalat, en l'últim –*El pas del folklore literari a la literatura culta: el cançoner*, és un treball ric i interessant– on la seva posició és més clara i precisa pel que fa de referència a la comunicació folklòrica. Tot i això, les seves afirmacions epistemològiques no acabaran de coincidir plenament amb les que defensaren en aquest treball. El punt més important de desacord es trobarà quan G. Ferré afirma que per haver-hi folklore cal que el missatge sigui compost sota una estructura etnoepèica determinada. Segons la posició que defensem, no cal cap tipus específic d'estructura perquè aparegui la comunicació folklòrica llevat de l'ús que se'n fa i de la modulació que prengui sota la corda tensada de l'art. No fer-ho així i acostar-se a la posició de G. Ferré seria el mateix que admetre que la comunicació folklòrica té un apriorisme estructural. Amb tot i això, sí que estem parcialment d'acord amb G. Ferré quan escriu que és el context qui fa folklòric un missatge. De fet, i com veurem més endavant, per considerar un missatge folklòric hi ha d'haver

diversos components que, reduïdes a les dues anomenades, han de donar-se totes juntes com a condició *sine qua non*.

Tornem, però, d'allà on veníem i acostem-nos sense més consideracions a la proposta formulada per J.M. Pujol.

«Què es necessita perquè hi hagi folklore? Uns requisits molts senzills: 1) que hi hagi dues o més persones (alguna vegada, per excepció, nosaltres mateixos podem ser el nostre propi públic); 2) que estiguin en contacte directe; 3) que comparteixin com a mínim un sistema de signes (verbals, escrits o gestuals), i, naturalment, 4) que hagin de resoldre algun obstacle d'ordre material o social derivat de la situació comunicativa en què es troben». [1989: 20]

‘L’art, doncs, és la coartada que ens transforma en productors de folklore, fins al punt que podem dir que aquest només existeix si la comunicació es produeix entre persones que estan en contacte directe, per superar un problema específic i és configurada artísticament.» [1991a: 4]

En l'article de 1985 [: 161], J.M. Pujol ens ensenya com arriba aquesta concepció a través de la ponència de Dan Ben-Amos en la sessió anual de l'*American Folklore Society* de l'any 1967. Ben-Amos proposa una definició que J.M. Pujol qualifica de contextual i que és marcada per dos ítems: a) que sigui configurat artísticament i b) que sigui utilitzat interactivament en el si d'una comunitat reduïda<sup>1</sup>.

A la nota 1 ja he citat les dues característiques del *petit grup*, de les quals J.M. Pujol en recull, només, la segona. La primera: el fet que cada element del *petit grup* «pugui» comunicar amb tots els altres podria haver induït J.M. Pujol a introduir la quarta característica del folklore: superar un problema específic. Aquest problema, material o social tal i com comenta J.M. Pujol, és, evidentment, el de la comunicació: quan aquesta es fa «difícil» podem entrar en el folklore.

En el text de 1991a [: 3-4], J.M. Pujol concreta més aquesta «dificultat». Pot ser: 1.- estrictament física (altre és massa lluny o ens creuem massa de pressa), o 2.- d'ordre immaterial: a) ens adrecem a algú que no és directament accessible per raons socials (intensem comunicar amb l'altre sexe); b) per raons psíquiques (el receptor és massa petit); c) temor personal a no donar una bona rèplica o a no respondre correctament un contacte amistós i d) quan el món es presenta absurd, perillós o amenaçador.

Cal fer notar que les «dificultats» 2c i 2d es poden agrupar com una especificació de la 2b. Més endavant ja tornarem a plantejar aquest tema.

---

1. Aquesta és la traducció de J.M. Pujol al tecnicisme anglès *small group* que utilitza Ben-Amos. Tot i que hi ha hagut divergències en la validesa i en la definició d'aquest terme fins a mitjans d'aquest segle en les escoles sociològiques americanes, Ben-Amos li dona el sentit de C.G. Homans (el més generalitzat) i l'entén sota dues condicions: 1.- que cada individu pugui comunicar amb tot els altres components del grup i 2.- que aquesta comunicació sigui en directe, no a través d'altres.

Una última remarca va dirigida al punt 3) de l'escrit de 1989 (citat més amunt) en el qual J.M. Pujol constata que per l'aparició del folklore, els presents han de compartir un sistema de signes. Aquesta apreciació encara fa ineludible plantejar-se totes les manifestacions folklòriques des d'una perspectiva semiòtica<sup>2</sup>.

A continuació, i com a esquematització de les posicions alludides, presentem la taula següent on a més dels estudiosos de Catalunya s'hi troba resumida la proposta de Dan Ben-Amos amb la finalitat d'observar la continuïtat del pensament d'aquest entre els autors catalans.

TAULA 1

| BEN-AMOS<br>1967                     | PUJOL<br>1989  | PUJOL<br>1991a                    | PUJOL<br>1991b  | FERRÉ<br>90 i 91                    | GRFO<br>1990                            | ROVIÓ                           |
|--------------------------------------|--|-----------------------------------|---|-------------------------------------|---|---------------------------------|
| 1.- Artistic action                  | Configurat artísticament   | Configurat artísticament          | Configurat artísticament  | Ídem. Segons un canon pre-establert |   |                                 |
| 2.- Face to face. Social interaction | En contacte directe  | En contacte directe               | En contacte directe   | Utilitzat interactivament           | En situacions d'adjacència              | Interactivament                 |
| 3.- In small group                   | Dues o més persones  |                                   |   | A l'interior d'un petit grup        | Emissor, receptor i context social      | Fruit de la collectivitat       |
| 4.- Communicative process            | Que comparteixin un sistema de signes  |                                   | Comunicació especial  | Acte comunicatiu verbal i/o musical | Sistema comunicatiu complex             | Comunicació usual i en canvi    |
| 5.-                                  | Hagin de resoldre algun obstacle. S'utilitza en determinades situacions difícils, delicades o potencialment conflictives | Per superar un problema específic | Per superar situacions difícils, delicades o potencialment conflictives | En una circumstància concreta       | Per expressar tota classe de sentiments | Per superar situacions difícils |

2. Deixant enllà els treballs monotemàtics amb metodologia semiòtica, volem donar notícia a través de K. Boklund [1983] del treball d'anàlisi semiòtica de M. Herzfeld [1982] aplicat al mètode del folklore a Grècia i de la seva utilització política. Diu M. Herzfeld: «The concept around which the early Greek folklorists organized their enterprise was precisely that of cultural continuity...» [Pàg 6-7] i K. Boklund afegeix més endavant. «He also demonstrates in some detail the troublesome effects of ideological choices on the taxonomic categories for folklore materials.» [Pàg. 346] Tot utilitzant, doncs, les eines que li confereix la semiòtica, M. Herzfeld revela l'alta ideologització no tan sols del resultat dels treballs dels folkloristes grecs sinó també de les accions i pràctiques quotidianes, que per ell esdevenen un producte més d'estudi. La nostra posició en el present treball s'allunyarà un xic de l'anàlisi de la politització de les categories que han utilitzat els nostres folkloristes. Malgrat aquesta distància, sí que coincidirem en l'abast ampli del terme folklore.

## 2. Algunes apreciacions terminològiques inicials

2.1: *Folklorisme*. Josep Martí [1990a, 1990b, 1991a, 1991b] ha introduït la diferència entre folklore i folklorisme<sup>3</sup> amb la finalitat de donar a conèixer un camp d'estudi que l'etnomusicologia clàssica ha tingut abandonat fins al moment. Tot i que J. Martí estudia la música tradicional, ja ens deixa clar que el fenomen s'aplica a tot l'àmbit de la cultura «ètnica». De manera resumida, i amb paraules de J. Martí, el folklorisme és: «...l'ús conscient de determinats elements culturals portadors d'una certa tradició fora del context (espai, temps, funció) que li és propi.» [1990a: 1] O amb altres paraules: «De forma muy general, entendemos bajo el término de "folklorismo" el interés que nuestra sociedad siente por la denominada cultura popular o tradicional.» [1990b: 2]. El producte que construeix el folklorisme és el que també se n'ha anomenat «Cultura popular de segona mà».

Només a tall d'inventari i per no fer massa llarga l'exposició resumiré en un quadre les diferències fonamentals entre els dos conceptes tal i com se'n deriven dels treballs de J. Martí.

| FOLKLORISME                                     | FOLKLORE                             |
|---|--------------------------------------|
| No genuí  | Genuí                                |
| Combinació: Tradicional/no tradicional (actual) | Tradicional                          |
| D'autor, almenys els arranjaments               | Anònim                               |
| Pensat especialment per l'espectacle            | No pensat per l'espectacle           |
| Alt grau d'especialització tècnica              | La tècnica no és fonamental          |
| Gran àmbit de difusió                           | Àmbit de difusió reduït              |
| Finalitat lúdica                                | Del calendari i del cicle de la vida |
| Fixació   | Variabilitat                         |
| Salta fronteres ètniques                        | D'un àmbit ètnic determinat          |
| Tradicionalisme i voluntat de continuïtat       | Tradició i continuïtat               |
| Gran mercat consumidor (turistes...)            | Poc mercat consumidor                |
|   | Integració d'altres folklores        |
|   | De transmissió oral                  |
| Marc ideològic i polític                        |                                      |
| Es censura el que és antiestètic o desagradable |                                      |
| Simplificació                                   |                                      |
| Selecció de material folklòric                  |                                      |

3. Martí ens diu que aquest terme ja havia estat utilitzat i estudiat per diversos autors germànics i soviètics. Però el veritable divulgador fou Hans Moser en l'article «Vom Folklorismus in unserer Zeit».

L'autor ens deixa molt clar que tant el folklore com el folklorisme poden compartir la mateixa forma i el mateix contingut. Així és que la diferència bàsica no és en «l'essència» ni en la «forma» sinó que es troba en els aspectes circumstancials [cfr. 1990a: 7]. Per J. Martí aquests aspectes són, entre d'altres que no cita, el fet de ser anònim, de transmissió oral, de les relacions dels producte amb el cicle de la vida o de l'any i de la pertinença ètnica. A més, insisteix en el mateix treball [1990a], que moltes d'aquestes característiques circumstancials (i definitòries) del folklore no es trobarien en la producció folklorística.

Segons el nostre punt de mira, la posició que sosté J. Martí és ben clara: no tant sols dona a conèixer un terreny per a la investigació de la producció musical, sinó que en les seves paraules, i de manera latent, hi ha continguda una defensa de la visió tradicional del folklore. Els seus mots són ben reveladors: «El concepte de folklorisme rep una connotació pejorativa puix que se'l té, i no hi manca raons, per desvirtualitzador tant d'allò que ofereix –la tradició folkloritzada– com de la collectivitat a qui vol representar.» [1990a: 12. Cfr. 1990b: 346]. I, «El folklorisme no tan sols trivialitza, exagera i exclou i inclou de manera força irresponsable, sinó que també és capaç d'inventar» [1990a: 12. Cfr. 1990b: 347]. És cert, i ens cal dir-ho també, que en d'altres llocs no ataca al folklorisme sinó que el presenta com una realitat digne de ser estudiada i fruïda: «...cualquier tipo de producción folklorística no es sinó un exponente más de la dinámica cultural de nuestra sociedad y, al menos desde el punto de vista antropológico, no tiene objeto condenarlo ni aún en sus expresiones más burdas y trivializadoras. El folklorismo tergiversa un cierto tipo de realidad, pero hay que tener en cuenta que también el folklorismo es una realidad.» [1990b: 348]. I, «...el folklorisme és digne d'ésser fruït i, sobretot, és també mereixedor d'ésser pres molt seriosament en consideració per part de l'etnomusicologia i l'antropologia.» [1991b: 20]. De totes passades, agraïm a J. Martí els esforços per mostrar aquesta realitat que són els constructes que s'han produït tot emmirallant-se en els productes de la «tradició» fins a l'extrem de substituir-los. Amb tot, i com quedarà palès al llarg del treball, no podem estar gens d'acord amb la visió que expressa –o que molt sovint es troba en somort sota les seves lletres– respecte la definició de folklore.

Més enllà d'aquesta discrepància important i tot i que J. Martí ens ha fet veure que la paraula folklorisme és un tecnicisme de l'antropologia i de l'etnomusicologia, és cert que fora del camp de l'investigador o dels cercles dels erudits se l'ha connotada amb unes vibracions pejoratives i una càrrega negativa. Si el que pretenem és donar el mateix grau de dignitat a qualsevol tipus de comunicació efectiva, sigui quin sigui el seu origen o la seva utilització, també s'han d'imposar una terminologia que denoti escrupolosament aquest respecte radical. És per aquesta raó que suggereixo la denominació «*Espectacle de recursos folklòrics*» (ERF) per anomenar aquell món de l'espectacle on no hi ha comunicació folklòrica però sí que hi ha elements provinents dels treballs de camp dels folkloristes. Aquesta feina de recreació i de nova creació és encomiable: la divulgació d'arguments, la recreació de textos folklòrics «enllaunats», la utilització pedagògica de l'arxivística

folklòrica (d'aquí en endavant AF). Però siguem clars, en tots aquests fets no hi ha comunicació folklòrica. Hi ha divulgació, però no el tipus especial de comunicació que anomenem folklore. Ho diuen clar A.J. Greimas i J. Courtés:

«una danza folklòrica, instalada en la escena como espectáculo, deja de ser una comunicación participativa del actante colectivo y se transforma en un hacer-ver dirigido al observador-público.» [1982; 290]

2.2: *L'arxivística folklòrica (AF)*: El primer ús del terme folklòric que podem utilitzar és el que designa l'AF clàssica i tradicional, interessada més pel contingut i pel resultat que per la forma d'assoliment i d'aparició del text<sup>4</sup> folklòric. No l'importava ni l'ús, ni el mitjà ni la finalitat, sinó el resultat fossilitzat, descontextualitzat. Aquest vell estudi del folklore s'ha de convertir, en el nostre temps, en un estudi de la comunicació folklòrica, en una ciència englobada en els estudis de la comunicació o en una branca de la semiòtica que s'interessa pels discursos i pels textos. Arxivarem per a la història el vell ús del terme i del mètode del folklore, o fins i tot, i millor encara, l'estudiarem contextualitzat amb la ciència i la societat que li donaren vida. Ara, entre estudiosos, quan parlem d'una llegenda, d'un refrany o bé d'una cançó de bressol, sabem que estem treballant sobre un terreny que a efectes taxonòmics de les ciències el podem anomenar folklòric, però podem estar molt lluny de la comunicació folklòrica.

Observant els resultats que l'AF ens ha llegat en deduïm els trets característics dels seus productes:

- 1.- L'absència del destinatari (que no és el lector ni sempre el recopilador. Ho és menys, el transcriptor). Moltes vegades no hi és present ni el destinador.
- 2.- L'absència de context, i per tant l'absència de l'ús real.
- 3.- La distància insalvable entre el destinador i el destinatari.
- 4.- La distància insalvable entre la producció i l'execució del text.<sup>5</sup>
- 5.- La presència de narrador però, molt sovint, l'absència d'enunciador.  
Els arguments de l'arxivística no porten marques de l'enunciador:

---

4. Anomenarem *text* aquell constructe que s'organitza en vistes a i com a resultat de la comunicació humana. Per tant serà un text, una intervenció oral, una mostra iconogràfica o una gesticulació. A un nivell general i no restringint el terme *lingüístic* a la oralitat, acceptarem com a vàlida la definició de L. Hjelmslev que considera el text com la totalitat de la cadena lingüística [Cfr. U. Eco. 1988: 28] J.S. Petöfi i A. García [1978: 55] diuen: «...no hablamos por frases, sino por textos...»

5. En semiòtica, la *producció* és entesa com una activitat total de l'enunciador que acaba quan es formula l'enunciat. Quan aquesta activitat és pragmàtica, l'anomenem *execució*. Dit amb termes no semiòtics: la manera de fer de l'AF pretén que un text acabat de generar sigui etern, «nllaunable», i en qualsevol moment es pugui descongelar, executar, que seguirà essent folklòric.

quan l'enunciador és present, totes les referències en són externes, de context.<sup>6</sup>

Descrits amb aquestes característiques podem afirmar que els arguments de l'AF es troben *a priori* de la comunicació folklòrica. És «saber» que es troba congelat, a punt d'entrar al microones de la comunicació i ser paït i interpretat pels «actors» (o subjectes) de la interacció.

Abans d'acabar i repassant per alt reculls d'AF (el treball «monumental» de l'Amades<sup>7</sup> n'és el millor exemple) ens adonem ràpidament de la urgència que té per l'esclariment del seu contingut de traspasar a l'etnografia, o de deixar com a suport funcional, totes les manifestacions materials (i en la mesura que pugui, el context on s'han produït).

2.3. *La comunicació folklòrica.* Direm que hi ha comunicació folklòrica quan es compleixin els requisits que exposem en l'apartat 4.2. Per ara, ens són ben útils les característiques que hem ressenyat en la taula 1.

Com que ens trobem en apreciacions terminològiques i no pas en la definició estricta de folklore, és més convenient dedicar unes línies a la diferència entre la comunicació folklòrica de recurs i la comunicació folklòrica de creació, sabent, però, que aquestes apreciacions són epistemològiques i que tal com diu Henri-Jean Martin «...pour les homes de l'oral, composer, apprendre et transmettre sont des formes d'activité qui se confondent...» [1988: 992]

2.3.1. *Comunicació folklòrica de recurs.* Anomenarem així tota aquella comunicació folklòrica real i efectiva que utilitzi arguments de l'AF. Sota les condicions indicades per J.M. Pujol la recreació, interpretació i personalització de qualsevol dels arguments de l'AF han de ser diferenciades d'aquells recursos que encara no han estat inventariats o que la ceguesa metodològica dels folkloristes no havia vist com a pertinents i com pertanyents als productes folklòrics (entonació, gestualitat, ritme, recursos retòrics...)

---

6. Fem la diferència entre enunciadador (quan ultrapassi la comunicació lingüística parlarem de destinador) i narrador. El primer és el subjecte empíric de l'enunciació amb competència per a l'emissió de textos folklòrics, el segon, la veu que narra: és un personatge més de la narració. En els arguments de l'arxivística folklòrica sí que hi trobem una veu que narra, però no sabem a quin personatge històric correspon. Quan així ho indiquen les notes del folklorista que ha recollit aquell material, aquestes informacions són externes al mateix argument: pertanyen al fareit, al context (aquella informació necessària que acompanyen els investigadors: nom, edat, localitat...) És per això que diem que l'enunciador és desconegut, o a molt estirar, es troba en el context i no pas, com succeeix en els textos de comunicació folklòrica que l'enunciador es descobreix, dins del seu text.

7. Amades es convertí en el destinador, el narrador, el «transcriptor» i fins i tot podem sospitar que en el contingut i el destinatari dels seus treballs d'arxivística folklòrica catalana.



2.3.2. *Comunicació folklòrica de creació.* Però també hem de diferenciar la comunicació folklòrica de recurs d'aquells continguts nous, d'aquells textos espontanis (o no) que compleixen la mateixa funció comunicativa. És el cas de l'avi que s'inventa un conte per fer menjar al nét, de la mare que adapta una cançó *heavy* per fer adormir el fillet o de qui conta l'últim acudit de la televisió per cridar l'atenció del públic.<sup>8</sup>

No cal dir que és ben habitual la troballa dels dos tipus textos folklòrics en estat «pur». Però segur que són més habituals els textos mixtos: aquell text de creació que, momentàniament (per exemple, el recordar un refrany) fa un recurs a l'AF o aquell text de recurs que innova variants.

2.4. *Epistemologia del folklore o folklòrica:* És aquell estudi teòric i englobador de les característiques i condicions tècniques per l'aparició del folklore. Però a més d'aquests, l'epistemologia folklòrica es planteja com a objectiu bàsic examinar l'organització i el funcionament de les consideracions científiques i apreciar-ne el seu valor. En la regió que estem estudiant manca, encara, tot un treball epistemològic intens per aconseguir delimitar, en el camp dels conceptes, el que és pertinent de la comunicació folklòrica, de l'AF o bé el que és responsabilitat d'altres ciències o sabers que tenen per objecte la comunicació lingüística o material del que s'ha anomenat la Cultura Popular.

2.5. *Folklorista.* Anomenarem folklorista al:

- a) tècnic en comunicació folklòrica (sigui de creació o bé de recurs);
- b) investigador de l'AF;
- c) compilador de textos folklòrics.

Diferenciarem entre folklorista i divulgador d'arguments folklòrics o animador de la cultura popular. Tots es dediquen, en un aspecte o altre, a la comunicació però tant el divulgador com l'animador van més ençà o enllà de les condicions necessàries per la presència del folklore. A ells també els podríem anomenar, per lligar amb la terminologia emprada més amunt, Tècnics en l'Espectacle de Recursos Folklòrics (*TERF*).

### 3. *Aproximació a la comunicació folklòrica des de la teoria de la informació i d'algunes aportacions conceptuals de l'acústica*

#### 3.1. *Glossari.*

Donarem per suposats alguns conceptes que tot i essent propis de la teoria de la informació ja han traspassat els seus límits acadèmics i s'utilitzen en una diversitat molt àmplia de contextos. Però per altra banda també ens

---

8. Encara és per demostrar l'existència d'un corpus nacional, diferenciat i diferenciador, de «continguts essencials» en l'AF. Els especialistes haurien de poder demostrar –potser ni cal– si existeix una comunicació folklòrica de creació que pugem anomenar nacional.

servirem de la terminologia que prové de l'acústica per apropar-nos a la comunicació folklòrica: en la mesura que en determinades situacions de comunicació folklòrica, tant l'emissor com el receptor, són afectats per fenòmens acústics, em sembla lícit incorporar terminologia d'aquesta disciplina per entendre més bé la riquesa que es troba en el tipus de comunicació que estudiem.

Així doncs utilitzarem i no definim *emissor, receptor, font, canal, informació*<sup>9</sup>, *codificació, decodificació* i *senyal*.

Però abans d'entrar en el glossari mínim i específic que posteriorment farem servir s'imposa una observació de procediment: després de l'enumeració de cada concepte trobareu un parèntesi en l'interior del qual hi ha o bé l'inicial I, per representar un terme de la teoria de la informació o de la comunicació, o la inicial A, tot indicant que és un concepte procedent de l'acústica. També és possible la combinació de les dues inicials quan un determinat mot es dona en les dues matèries.

3.1.1. *Absorció acústica (A)*: És la pèrdua d'energia sonora quan l'ona xoca contra una superfície o travessa un medi.

3.1.2. *Amortidor (A)*: És una unitat electrònica que retarda el senyal per separar-la, en el temps, del senyal directe. S'utilitza en la reverberació artificial. Un excés d'amortidor fa incompreensible el so.

3.1.3. *Camp acústic (A)*: És la regió de l'espai pertorbat per les ones sonores.

3.1.4. *Codi (I)*: Diu U. Eco: «El código viene a ser un sistema de posibilidades superpuesto a la igualdad de probabilidades del sistema en su origen, para facilitar su dominio comunicativo» [1975: 54. Cf. 1977: 170]. El codi possibilita la informació. Sense codi, qualsevol missatge té les mateixes probabilitats que un altre d'aparèixer; per això, al seleccionar d'una manera estrictament sintàctica les unitats combinades, i al refutar-ne unes altres, el codi limita l'entropia de la font emissora i fa possible un tipus d'informació.

3.1.5. *Coloració (A)*: És el defecte d'un recinte acústic quan presenta senyals externs al missatge sonor.

3.1.6. *Compressió (A)*: Reducció de la dinàmica del senyal. En excés, dificulta la intel·ligibilitat del so.

3.1.7. *Diafonia (A)*: Succeeix quan en l'estereofonia es mescla la informació del canal esquerre amb la del dret o viceversa. El resultat torna incompreensible la informació.

3.1.8. *Distorsió (A)*: En general, són senyals de sortida que no corresponen amb els senyals d'entrada. Hi ha diverses classes de distorsions: harmònica, de creuament, d'intermodulació, de rastreig, de translació i de traçat.

9. Per un aprofundiment d'aquest concepte vegeu el treball de J. Mosterin [1991] on sosté que sota la noció d'informació objectiva hi trobem tota una família de conceptes distints.

3.1.9. *Elasticitat* (A): És la facilitat que té un material per deformar-se quan se li aplica una força exterior. Es medeix en m/N (metres/newton).

3.1.10. *Emmascarament* (A): És l'efecte influent d'un so (emmascarant) sobre la percepció subjectiva d'un altre (emmascarat). Un i altre no poden ser mai de la mateixa freqüència.

3.1.11. *Entropia* (I)<sup>10</sup>: εν τρεπειν: replegar-se a l'interior). Paraula creada per Clausius per designar una part de l'energia que no pot transformar-se en treball sense que transmeti calor a un altre cos o modifiqui el seu volum. Des de la física, és fonamental parlar d'entropia per enunciar el segon principi de la termodinàmica. Per aquesta ciència, l'entropia és una funció d'estat termodinàmica i C. Shannon [1948] fou l'introduïdor d'aquesta terminologia a la teoria de la informació, fent encara més evidents alguns contactes entre la mecànica estadística i la teoria de la informació<sup>11</sup> [Cf. Abramson, 1977: 54]. Si bé en un primer moment l'entropia és una magnitud física que mesura quantitativament la preferència de la naturalesa per cert estat (el de desordre), forçant el llenguatge i dins d'una formulació lícita, els teòrics l'han utilitzat com a símbol de desordre per oposar-la a l'ordre (organització) que implica l'aparició d'informació. Amb paraules de N. Wiener: «...els processos que perden informació són... anàlegs als processos que guanyen entropia» [1986: 103]. Entre altres, també ha estat Wiener el qui ha parlat de la informació com una entropia negativa que té les mateixes propietats que s'associen a l'entropia: «Hem dit que la quantitat d'informació, que és el logaritme canviat de signe d'un nombre que podem considerar com una probabilitat, és una entropia negativa» [1986: 102]. A la informació, vista com a entropia negativa, se l'ha anomenada *neguentropia* (U. Eco [1977: 89-90] se la planteja com a informació seleccionada, tramesa i rebuda).

3.1.12. *Fedd-back* (I/A): És una funció que expressa les variacions de la magnitud d'entrada i de sortida en alguns processos de transmissió de la informació dins d'un sistema. En l'acústica es parla d'*efecte Larsen* (o *realimentació acústica*) quan hi ha una realimentació del circuit format per la font emissora del so, l'amplificador i les caixes acústiques. Aquest efecte pot causar tant soroll que pot arribar a impedir totalment l'audició. En la teoria de la comunicació, l'*efecte Larsen* s'anomena *reacció positiva de feed-back* i té com a conseqüència el desequilibri del sistema per autoacceleració. Però també hi trobem una *reacció negativa de feed-back* quan una part de l'efecte resultant de l'emissió s'aplica sobre la font i, en tant que és el seu oposat, la

10. Per una ampliació aprofundida d'aquest concepte vegeu P.T. Landsberg [1985].

11. No podem deixar de ressenyar la importància de l'obra de H. Reichenbach [1956] en la incorporació del concepte d'entropia a la teoria de la informació. En els sistemes organitzats, segons l'entropia descendent, hi troben les relacions de causa i efecte que estableixen el record. En la mesura que un record és una forma de guardar informació, veiem aparèixer, a la llum de la segona llei de la termodinàmica, una relació clara entre entropia i informació. Si bé per H. Reichenbach l'entropia no pertany al tipus estricte de lleis físiques, per M. Planck és una realitat natural que exclou, a priori, els fets que es consideren impossibles: «...del coneixement de l'entropia es dedueixen totes les lleis físiques i químiques...» [1984: 31].

regula i l'equilibra. En la teoria de la comunicació, aquesta modalitat de feed-back estimula a prosseguir i informa parcialment de la seva acció a l'emissor. En acústica, la reacció negativa de feed-back consisteix en prendre una petita fracció del senyal de sortida de l'amplificador i aplicar-la a l'entrada. La conseqüència d'aquest fet és que disminueix el guany de l'amplificador però en millora la corba de resposta, redueix la distorsió i n'augmenta l'estabilitat.

3.1.13. *Filtre (A)*: És un dispositiu selectiu que trameta una part de l'espectre de freqüència tot atenuant la resta. Una de les seves utilitats és reduir el soroll.

3.1.14. *Guany (A)*: Grau d'amplificació d'un senyal proporcionat per un determinat circuit. S'expressa en dB.

3.1.15. *Hipoacúsia (A)*: Pèrdua parcial de l'audició.

3.1.16. *Incertesa (I)*: Terme importat de la física. Heisenberg s'oposà al determinisme a través del seu principi d'incertesa. En la teoria de la informació, la incertesa representa l'oposició dialèctica entre missatge i soroll. Es dona per suposat que en tot missatge hi ha soroll, d'aquí ve que en la teoria de la telecomunicació es cerquin solucions tècniques per extreure els senyals del context sorollós en què arriben. A nivell estrictament auditiu, A. Moles [1985] ha mostrat que la nostra audició pot extreure un senyal del soroll que l'envolta quan aquell supera en uns 10 dB a aquest. En la telecomunicació es col·loquen filtres per estretir la ona de pas i així es millora la relació senyal/soroll. El procediment ha portat a dir que podríem detectar un senyal infinitament més dèbil que el soroll contextual si, a priori, en coneguéssim exactament la freqüència i creéssim un filtre que només donés pas a aquella freqüència. Aquestes posicions teòriques han portat a enunciar el primer i el segon principi d'incertesa (que per allunyar-se massa dels nostres objectius no anunciarem). En l'acústica, perlem de la *relació senyal/soroll* quan volem medir la relació existent entre el senyal més elevat i el soroll residual en un sistema de transmissió. S'expressa en dB.

3.1.17. *Modulació (A)*: Emissió acústica.

3.1.18. *Multipath (A)*: Recepció simultània d'una emissió per diferents canals. És un inconvenient greu en l'estereofonia perquè provoca la incomprensió de la informació que es transmet.

3.1.19. *Neguentropia (I)*: Cf. Entropia.

3.1.20. *Potència pic (A)*: És la potència màxima de sortida que ofereix un aparell, generalment un amplificador, sense tenir en compte el nivell de distorsió que pot causar.

3.1.21. *Potència RMS (o eficaç) (A)*: És la potència que pot entregar un aparell, generalment un amplificador, sense distorsió i per un llarg període de temps.

3.1.22. *Protecció de sobrecàrrega (A)*: Circuit especialment dissenyat per protegir un altre circuit.

3.1.23. *Redundància (I)*: És una estratègia de la teoria de la informació per reduir, al mínim, el risc de soroll quan l'emissor tramet un missatge. La presència i la possibilitat de la redundància implica l'enriquiment i la complicació del codi. Si bé des de la teoria de la informació es pot sostenir una igualtat inversament proporcional entre el grau de redundància i el grau d'informació, és des de la teoria de la comunicació que s'ha insistit en la necessitat de la redundància per la comprensió del contingut. B. Malmberg ho anuncia així: «Si cada uno de los símbolos de un código tuviera la misma posibilidad de ocurrencia no sería posible, por ejemplo, reconstruir la falta de alguna parte del mensaje... Al código que, por el contrario, consta de símbolos de diferente probabilidad de ocurrencia se le llama redundante. De hecho, raras veces se da equidistribución de las unidades lingüísticas, y por tanto, la redundancia se convierte en un factor importante en la descripción lingüística.» [1969: 65]

3.1.24. *Relació senyal/soroll (A)*: Cf. Incertesa.

3.1.25. *Sensibilitat (A)*: Característica dels radioreceptors o amplificadors que fa referència al nivell de senyal necessari en l'entrada per aconseguir els objectius proposats.

3.1.26. *Soroll (I/A)*: Terme propi de la teoria de la informació per designar tota classe d'interferència i pèrdua d'informació que es dona en el procés comunicatiu. El soroll pot ser produït per la font emissora, pel procés de codificació, pel canal, pel receptor, per la descodificació i pel context. El perill de soroll és constant i, fins i tot, impossible d'eliminar. Per tal de retallar-lo i amortir-lo al mínim s'utilitzen els codis i els elements redundants. Tot parlant dels canals, N. Abramson afirma: «Un canal definido por una matriz con un elemento, y solamente uno, distinto de cero en cada columna se denomina canal sin ruido [1977: 130] B. Malmberg utilitza l'expressió *soroll semàntic* per designar els impediments i la manca d'adequació en la interpretació dels signes [1969: 51]. Però també l'utilitza en un segon sentit, el del «soroll blanc» de l'acústica: totes les freqüències tenen la mateixa intensitat en la banda espectral [Op. Cit. 85]. L'acústica entendreà per «soroll colorejat» un fenomen aleatori on totes les components no es trobin en la mateixa probabilitat. Des de l'acústica, el soroll pot ser definit, en termes generals, com el so que la seva ona no és periòdica i el número de components és infinit; mentre que el so serà l'ona acústica periòdica o composta per un nombre petit de components. En la mesura que el soroll és desorganització i atempta a una altra organització (so) direm que és entròpic (aquest aspecte i el soroll constant de l'univers foren treballats àmpliament per Szilard, Brillouin i Einstein). El terme «soroll» és molt ampli i conté moltes connotacions a causa de les aplicacions que se n'han fet en la física, en l'acústica, en la teoria de la comunicació, en la teoria de la informació, en la lingüística i en la foniatria<sup>12</sup>, en la semàntica, en l'electrònica,

12. Entre d'altres B. Malmberg [1969] ens fa veure que hi ha una component de soroll en la fonació. Soroll que associat amb d'altres components ajuda a la comprensió del so, però que per si mateix no és significatiu.

en la cibernètica i en les ciències humanes. Alguns termes que es poden relacionar, i fins i tot, ubicar en l'ampli espectre de soroll són: l'entropia, el feed-back negatiu, l'efecte Larsen, la incertesa, la distorsió, la diafonia, la compressió, l'emascament, el filtre, l'amortidor, el multipath...

### 3.2. La comunicació folklòrica des de la teoria de la informació i de l'acústica

Quan en una interacció humana [2]<sup>13</sup> i en un procés comunicatiu [4] d'un petit grup [3] una informació és *absorbida* [5], en la totalitat o en part pel *camp acústic* o context o es perd parcialment en la *pobra elasticitat* de l'emissor, del contingut, del canal o del receptor [5]; quan la *coloració* [5] sigui del medi que l'envolta (acústica, gestual o visual) o interna a qualsevol dels pocs [3] elements que participen del procés comunicatiu, o bé hi hagi un excés de *compressió* cultural [5] de la dinàmica del que es vol comunicar i *distorsiona* [5] la transmissió del missatge podent produir fenòmens *diafònics* [5], d'*emascament* [5] o temporalment *hipoacústics* [5] per saturació de *potència* [5], l'emissor o el receptor pot escollir una nova manera de trametre la informació: el folklore.

Si el subjecte de la comunicació està disposat a assegurar la transmissió [4], «pot» *modular* el contingut a través de *filtres* artístics [1] tot abandonant els que utilitzava per donar una forma més «neutre» i «objectiva» a la informació. D'aquesta manera atenua tot aquest *soroll* [5] i s'assegura que la *relació senyal/soroll* sigui l'adequada per fer arribar el missatge.

La *modulació* de la informació en la comunicació folklòrica és, per si mateixa, un *filtre* subjectiu i cultural que, com ja he dit, té per fi assegurar el procés comunicatiu, mentre que fa disminuir el *soroll* que perturba el procés, li proporciona un *guany*.

Tot aplicant els conceptes de l'acústica, la comunicació folklòrica fa de circuit de *protecció de sobrecàrrega* [5] quan perilla o es posa en dubte la mateixa comunicació: és per això que el subjecte responsable de la modulació folklòrica emet per reduir al més baix nivell tota la *distorsió* [5] que atempta contra el missatge.

Un exemple més d'aquestes interferències en el procés de la comunicació i que «pot» fer possible l'aparició del folklore és quan el receptor rep més d'un senyal alhora, quan li arriben diverses informacions mesclades i reiteratives (o *amortides*) que es neutralitzen entre elles fent totalment impossible i ineficaç la comunicació: és el que s'anomena els fenòmens *multipath*. En aquesta situació tan concreta, el receptor pot recórrer a l'estratègia folklòrica per fer saber la incomoditat de la seva situació.

Ara mateix parlava del *guany* que rep una informació modulada folklòricament com si es tractés d'un *afegitó* sobrevingut a la informació que es

13. Els números que apareixen entre claudàtors i en negreta fan referència als punts que marquen els diferents aspectes ressenyats en la taula 1.

tramet. No és la meua intenció donar a entendre que la comunicació folklòrica és, només, una protecció, una funda, que assegura que el missatge no es rovella ni es perd ni es malmet.

El tractament d'allò que vull fer saber a través del folklore sofreix aquest *guany*, aquest augment, a causa de les eines que s'utilitzen: l'art [1] i el petit grup [3]. Aquests dos elements, mentre que en fan canviar la forma (la *modulació*) d'allò que és tramès, també canvien, i sovint radicalment, el contingut de la informació (ja sigui per eliminació, ampliació o addició de components).

Crec que ens seria útil establir un principi descriptiu que ens exposés l'origen del folklore. Una forma sota la qual el podríem anunciar és la següent: La possibilitat d'aparició de la comunicació folklòrica és directament proporcional al grau d'*incertesa* [5] que conté un missatge en un circuit de comunicació interactiva [2] entre humans que es troben en un grup reduït[3].

Podem accedir a la comunicació folklòrica quan és tan gran el grau d'*incertesa* que:

- a) no podem percebre el missatge;
- b) no podem descodificar el contingut de la informació;
- c) no tenim la seguretat d'haver descodificat correctament i
- d) quan ens sembla que hem descodificat de manera encertada i apareix un (o diversos) «errors» que varien una part substancial de la informació.

En l'últim punt sembla que l'aparició de l'error en la comunicació només pugui aparèixer causat pel receptor. I no és ben bé així: altres fonts que el possibiliten són: a) la naturalesa del mateix missatge, b) el context i el canal a través del qual s'emet i c) els altres subjectes o aparells que manipulen la informació.

Quan en un sistema de comunicació humana i reduïda al petit grup es dona una *reacció positiva de feed-back* [5], fàcilment pot succeir que la interacció es polaritzi tant en l'emissor que el receptor es vegi reduït al paper de comparsa de l'automissatge que es destina l'emissor: a ulls de profà<sup>14</sup>, aquí no hi ha lloc per a la comunicació folklòrica. Com a procés interactiu entre subjectes, la comunicació folklòrica podria intentar trencar aquesta espiral, cada cop més veloç, que té per epicentre l'emissor. La dificultat [5] amb la qual es troba el pretès receptor (la d'esdevenir autèntic receptor) és el pretext que «pot» generar l'aparició del folklore.

---

14. Puc pensar que un individu emissor utilitza les orelles del receptor per «emetre's» un missatge problemàtic o enfrontar-se a una dificultat d'ordre intern que no havia verbalitzat mai. En aquesta situació podem pensar que també seria una comunicació folklòrica perquè hi ha present els punts [2] [3] [4] [5]. Però ens falta el punt [1]: es convertirà en situació comunicacional folklòrica i en missatge modulad folklòricament si és configurat sota paràmetres artístics. En aquest cas, la *reacció positiva de feed-back* és volguda i sostinguda per l'emissor. En els termes que ens ho plantejem en el text, la reacció és una consèquència d'un procés comunicatiu.

La *reacció negativa de feed-back* és pròpia de la generalitat dels sistemes comunicatius humans. Per tant, també es troba en el folklore sense que es vesteixi d'una forma especial digne de ser mencionada. De totes maneres, quan no s'aconsegueix aquesta forma de reacció de feed-back i el senyal retornat pel receptor es massa flux com per ser captat, imposa a l'emissor la tria següent:

- a) insistir en la informació emesa,
- b) fer més *redundant* la informació,
- c) canviar de canal o de context,
- d) canviar de receptor,
- e) acabar la comunicació, o bé
- f) *modular-la* folklòricament.

L'acústica ens proporciona un altre terme que a l'aplicar-lo a la comunicació folklòrica ens ajuda a entendre la complexitat del camp que abraça i ens obra noves portes: aquest mot és *sensibilitat*. Per part de l'objecte –la informació–, direm que un missatge pot ser folklòric quan és sensible a ser manipulat sota els cinc criteris utilitzats a la taula 1; per part dels subjectes –l'emissor i el receptor–, seran sensibles a la comunicació folklòrica quan disposen, dominen i apliquen sobre la informació que es trameten els mateixos cinc criteris.

Això vol dir que el *codi* utilitzat per la transmissió també ha de ser *sensible* i preveure en el seu interior els mecanismes necessaris per a la manipulació de la informació sota aquells criteris. I en la mesura que el *codi* té present aquesta possible organització, refusa una altra possible disposició de la informació. Per això mateix ja hem dit al glossari que limita l'*entropia*.

Dins d'un sistema organitzat com pot ser una llengua o una cultura existirà *soroll* [5] quan alguna cosa (sigui un so, una acció o una matèria) atempti contra l'organització d'un sistema de signes creat a partir d'un *codi*, i per tant, el *soroll*, pot ser vist com una espècie d'*entropia* dins d'una organització informacional.

És ben cert que tot *soroll* imposa un grau d'*entropia* en un missatge determinat. Aquesta *entropia* provocada pel *soroll* pot:

- a) ser integrada en el mateix missatge i dissolta a base de *redundància* (aquí el grau de *redundància* serà baix);
- b) dificultar la comunicació de tal manera que el grau de *redundància* s'elevi fins a esdevenir un text amb un grau molt baix d'informació.
- c) impedir la transmissió de la informació.

En aquest últim cas, tant l'emissor com el receptor tenen tres possibilitats: a) optar per no seguir l'intercanvi d'informació; b) canviar d'informació, de receptor o de canal; c) *modificar la forma de transmetre-la* tot donant-li un tractament folklòric.

En un sentit, el missatge modulats folklòricament pot ser redundants: insisteix amb un contingut previ que tenia dificultats per ser transmès. No és que porti nova informació, sinó que la diu d'una altra manera. Però en un



altre sentit, és creació, i, en ser creació, sí que transmet nova informació. La innovació, la nova informació, ve del cantó de l'art. En la mesura que el text folklòric recrea, modifica, el missatge que volia transmetre.

Des d'aquest punt de vista direm que un missatge folklòric és *entròpic* en la mesura que desorganitza una informació prèvia «no feliç». Serà *entròpic*, doncs, en la mesura que s'oposa a un tipus de codificació de la informació. Però, alhora, serà *neguentròpic* no només perquè la codifica d'una altra manera, sinó que a més modifica el mateix contingut.

### 3.3. *Consideracions crítiques sobre la comunicació folklòrica vista des de la teoria de la informació i de l'acústica.*

Tot el que hem dit fins ara, a través dels conceptes de la teoria de la informació i de l'acústica, ens ha ajudat a plantejar-nos de manera diferent el fenomen de la comunicació folklòrica tot allunyant-la del terreny de l'antropologia, l'etnografia, l'etnologia, l'etnopoètica i de la regió relliscosa de la tradició. Però observem com alguns conceptes segueixen quedant-nos estrets per significar la riquesa de què ens dota la comunicació folklòrica. Des d'aquesta perspectiva enunciaré els impediments següents:

3.3.1.- Sembla que la comunicació folklòrica sigui encetada per l'emissor quan emet un missatge, motivat per un soroll i a través d'un canal, cap al receptor. Al seu torn, el receptor esdevé emissor i, en forma de feed-back, retorna un missatge a l'emissor. En aquest esquema tan senzill, es planteja l'emissor i el receptor com si fossin «caixes» buides que s'estimulen a través del missatge de l'altre sense dotar-los de competència per a l'emissió (prou bé que sabem que per ser competents en una llengua no és suficient de disposar d'un codi). L'emissor s'ha de convertir en un destinatador, un enunciatador i en un interlocutor. Al seu torn, el receptor esdevindrà destinatari, enunciatari i interlocutari.

3.3.2.- El concepte de competència en la comunicació folklòrica no és abordable, doncs, a partir de les reflexions anteriors i de les eines que utilitzava (els conceptes de la teoria de la informació i els de l'acústica), tot i que en l'aplicació de la paraula *sensibilitat* apuntava a la idea de competència. La semiòtica textual treballa aquest concepte amb molta més profunditat.

3.3.3.- El paper del receptor és el de l'espectador: pot influir més en l'emissió del missatge que en la seva creació. Pel fet de ser una comunicació unidireccional i reversible el contingut es considera que ja és un fet quan arriba al receptor. Aleshores aquest només té la possibilitat de descodificar-lo: si ho fa correctament hi ha hagut una transmissió de la informació *feliç*, sinó, apareix l'error. El receptor no intervé, en cap cas, en el contingut de la informació.

3.3.4.- La teoria de la informació s'interessa molt més per la transmissió que pel que és tramès. També l'acústica s'interessa pels fenòmens de transmissió –en aquest cas, de so–, però totes dues disciplines no entren a estudiar l'estructura de la informació i s'aturen en el llindar de les condicions de modulació, emissió i recepció dels missatges.

3.3.5.— És per això mateix que les dues disciplines no aborden la complexitat del text folklòric ni entren en els fenòmens comunicatius que se'n deriven: de forma general, es queden en algunes particularitats —significatives i necessàries— del context.

3.3.6.— La teoria de la informació i l'acústica ens han dotat d'un concepte vàlid i interessant per plantejar-nos una de les condicions necessàries per a l'aparició de la comunicació folklòrica [5]: el *soroll*. Tot i que l'hem matitzat amb altres idees (Cf. el mateix mot al glosari) encara el trobem un xic massa general. Les properes reflexions han de proposar-se la seva concreció.

3.3.7.— De totes les consideracions precedents en deduïm l'extrema mecanicitat que despunta el model ofert per la teoria de la informació i de l'acústica quan els apliquem sobre textos i contextos humans en condicions especials de comunicació interactiva.

#### 4. Aproximació a la comunicació folklòrica des de la semiòtica textual

En aquest apartat proseguirem la nostra recerca en la qualificació, matització i aprofundiment del fenomen de la comunicació folklòrica. Ara, però, utilitzarem unes altres eines: seran els conceptes i les concepcions que ens posa a l'abast la semiòtica textual, entesa, aquesta, com aquella branca de la semiòtica que estudia els fenòmens relacionats amb el text. A la nota 4 ja hem fet una aproximació a la noció de text, que sovint se l'ha oposat a la de *discurs*<sup>15</sup>. Sense voler entrar en aquesta discussió, només vull remarcar que en les paraules que seguiran en cap moment faré una distinció entre aquests dos termes. Per aconseguir el nostre objectiu ens és suficient prendre'ls per sinònims (per altra banda, és una posició perfectament legítima en el grau de generalitat en què ens movem).

##### 4.1.— Condicions d'aparició dels textos de comunicació folklòrica.

No sempre que utilitzo un refrany estic al sí d'una comunicació folklòrica: el puc fer servir en una novel·la, en un estudi de divulgació, en una conversa qualsevol i no entrar en cap dels cinc paràmetres anunciats en la taula 1. De la mateixa manera puc cantar una nadala, o una cançó tradicional, com un espectacle o una diversió, sense que aquest fet hagi de significar vèncer una dificultat comunicativa (recordem que en aquest cas ens trobaríem en el que hem anomenat Espectacles de Recursos Folklòrics —ERF—.

15. G. Rigau [1981: 19] Ens diu que el terme *discurs* ha estat utilitzat principalment per autors anglesos i francesos en sentits diversos. Per aquest fet, els autors alemanys i holandesos han preferit més utilitzar el de *text* tot i que, també, té més d'un significat. Per uns, el text s'ha de lligar a la concepció saussureana de parla; per d'altres, és una unitat superior a la frase. Aquesta última és la posició de Lang [1972]. Donant per suposat aquest fet, a nosaltres ens interessarà molt més la posició de Hallyday [1978] per qui el text és, essencialment, interacció. Per més informació sobre l'oposició text/discurs cf. Greimas [1982] i Barthes [1971]. Per altra banda és interessant destacar els diversos usos del concepte *discurs* en M. Foucault. A aquest fi, cf. Rodríguez [1984].

Cf. apartat 2.1). Per això mateix, tot recollint una expressió de J.M. Pujol [1991b: 10], en aquest apartat atendrem «més als mecanismes que als continguts» dels discursos folklòrics.

4.1.1.– Una porta d'entrada als textos folklòrics és l'acció. A ells els observarem no només com un aplec de proposicions amb significat i relacions inter i contextuals, sinó, i fonamentalment, com un discurs d'acció amb una finalitat molt concreta, com una seqüència d'accions interessades. Si ens trobem davant d'interaccions, el *face-to-face* que recolza Ben-Amos [1971: 12], i no ens quedem en el mecanisme ja mencionat, hem d'admetre que hi ha una afectació mútua entre els participants de la comunicació. Una afectació que es determina no per unes unitats lingüístiques utilitzades (sons, paraules, frases) sinó per l'acció que se'n desprèn. Veiem clar, doncs, que les unitats interactives no seran les verbals (gràfiques o gestuals: lingüístiques) sinó els actes que provoquen reaccions i transformacions intersubjectives. Des d'aquesta òptica ens interessarà el planteig de la comunicació folklòrica des de la pragmàtica ja que aquesta es planteja les situacions i els efectes que provoquen els discursos. Així hem d'interpretar les paraules de J.M. Pujol [1989: 20]: «Sempre que no utilitzem la comunicació en funció essencialment informativa, fem folklore.» En definitiva, utilitzarem la comunicació folklòrica amb la finalitat d'«actuar», i no tant per remarcar una funció informativa o d'ampliació del saber.

4.1.2.– Mentre que el discurs és acció, prenen sentit les paraules de M. Foucault quan afirma que: «El discurso (...) no es la manifestación (...) de un sujeto que piensa, que conoce y que lo dice: es, por el contrario, un conjunto donde pueden determinarse la dispersión del sujeto y su discontinuidad consigo mismo. Es un espacio de exterioridad donde se despliega una red de ámbitos distintos.» [1970: 90]. En aquest terreny obert que és el discurs haurem d'atendre tant a l'enunciador, en l'acte intern de creació i en el d'emissor, com a l'enunciatari ja des del paper de simple receptor al de personatge cabdal en l'efecte i acció del discurs. Aquí no podem abordar l'amplitud del planteig: només ens fixarem, a nivell de classificació general, en els possibles obstacles dels actants del discurs que poden donar origen als textos de comunicació folklòrica. En el proper punt tornarem a fer referència a la divisió que ara encetem recolzats per la posició d'Austin [1971: 136].

1.– Dificultats en l'acte de locució. Aquí hi hauríem d'englobar les dificultats «físiques», ja esmentades a la primera part d'aquest treball, que enuncia J.M. Pujol [1991a: 3-4]. Els estorbs d'índole personal, i no estrictament psicològics, que dificulten la fluïdesa de la comunicació poden donar origen a l'enunciació d'un text folklòric. Amb Austin, destacarem els impediments següents:

- 1.1.– En l'acte fonètic: de pronúncia d'un so, de tic fonètic...
- 1.2.– En l'acte fàtic: d'emissió d'una paraula «especial», «delicada».
- 1.3.– En l'acte rètic: l'enunciació d'una frase compromesa.

2.– Dificultats en l'acte d'ilocució. Hi podem agrupar tots els possibles obstacles que es donen en la interacció humana perquè és una relació

entre subjectes competents que es troben en una situació determinada. Dos bons exemples els hem vist en els dos primers punts de les dificultats d'ordre immaterial plantejades per J.M. Pujol. D'aquesta manera, la ganyota d'admiració o de censura del contertuli m'ensenya la *força* de les meves paraules i la direcció que prenen. Aquest fet il·locucionari, en els casos que els denoto com a dificultosos, poden ser l'origen del recurs al text folklòric (només des d'un punt de vista pedagògic podríem consentir la diferenciació d'aquestes traves entre les que imposa el context o les internes del text).

3.- Dificultats en l'acte de perlocució. Els efectes d'un acte il·locucionari empenyen a actuar o a inhibir-se als subjectes: es viu el discurs de l'altre d'una forma afectiva, informativa, relaxada, competitiva, agressiva... Aleshores, empesos per aquest efecte, podem recórrer el folklore quan, sigui en el cas que sigui, ens sentim en la necessitat de matitzar, amplificar, ampliar, replicar, pactar, agredir, intervenir... amb la finalitat de donar a conèixer la nostra «posició». En aquest àmbit ens trobem limitats per la pròpia visió del món, per l'estructura psicològica personal i per la pressió circumstancial. Per això mateix, podem assumir les dues últimes dificultats «d'ordre immaterial» de J.M. Pujol.

4.1.3.- Altres causes i altres formulacions del que ja hem dit i que permeten l'aparició dels textos de comunicació folklòrica poden ser degudes a diverses situacions. A tall d'inventari en destaquem les següents:

1.- Per imposar-se i establir o restablir un poder en l'àmbit del discurs. Amb aquesta finalitat el recurs al folklore en serà una arma tan subtil que, si és ben emprada, serà més eficaç que l'estil directe que utilitza la comunicació «informativa».

2.- Per mitigar una crítica adversa i comprometedora no tan sols davant d'un mateix sinó de l'adversari i de la concurrència. D'aquesta manera es pretén salvar el crèdit personal davant el grup.

3.- Encarar un malentès i restablir el to de cordialitat i el grau necessari d'afectivitat per aconseguir una interacció comunicativa mínimament satisfactòria.

4.- Acabar o tallar una situació compromesa que seria massa arriscada entomar-la frontalment.

Per ampliar, matitzar i relacionar algun dels aspectes que es citen en els punts de la classificació precedent utilitzarem els comentaris següents:

Al punt 1 i 3: podem accedir a la comunicació folklòrica quan una resposta no és l'esperada o no és cooperativa en el sentit que utilitza Clark [1979] l'expressió *expected responses*: Els actes discursius impliquen unes certes expectatives de les respostes que pot emetre el receptor. Si aquesta no és una de les esperades i marcades com a cooperativa, la interacció entre subjectes es fa «difícil». Aleshores, si el destinador té interès en seguir la conversa tot salvant aquest tort, nosaltres direm que tant pot recórrer als arguments que li facilita l'Arxivística Folklòrica com als textos de comunicació folklòrica de creació.

L'anàlisi que ens facilita Emanuel A. Schegloff de la interacció humana és propera al que hem exposat de Clark, i d'aquesta manera ens pot ajudar a comprendre un possible inici o condició de l'aparició dels textos de comunicació folklòrica. En l'article de 1972, E.A. Schegloff estudia la comunicació humana a través de les converses telefòniques establint que aquestes són determinades per l'estructura *abababab*, on *a* és la intervenció del primer personatge i *b* la del segon. Segons això, en aquesta estructura no és possible l'emissió de dos missatges alhora. En el cas que succeeixi un xoc d'expressió oral al convertir-se en emissors els dos contertulis, la comunicació esdevé colapsada. Per nosaltres, aquest fet «pot» originar l'aparició d'un text de comunicació folklòrica. Amb tot, Schegloff va més enllà quan parla de l'estructura del que anomena *Summons-Answer Sequences* [1972: 357], aplicable no tan sols a les converses telefòniques, i que es componen de: a) termes d'adreçament («El Sr. Josep?»); b) frases de cortesia («perdoni!»); i c) recursos físics (tocar l'espatlla, moure la mà...). Diu el mateix Schegloff: «It is to be noted that a summons occurs as the first part of a two part sequence.» [1972: 358]. És a dir que tot requeriment *-summons-* implica una resposta *-answer-* que es troba expectant, i en certa manera determinada («...given the firsts, the second is expectable...» [1972: 364]. A més, les *SA sequences* «...establish and align the roles of speaker and hearer...» (1972: 379). En altres paraules Schegloff ens està definint una situació determinada en la interacció humana, clarament extensible al folklore (sigui de creació o de recurs). La narració d'un conte, per exemple, pot ser vista, en la seva totalitat, com el primer element *-summons-* de la seqüència, tot esperant la resposta de l'infant (la boca oberta per la falsa gana, el dolç son que fa caure les parpelles, l'espectació argumental...) que seria el segon parell. Aquesta situació ha estat anomenada per ell mateix i per Sacks [1973] *situació d'adjacència* i les *SA sequences* han estat anomenades *parell d'adjacència*. De fet, hem de constatar que una de les formes habituals de començar (i molt sovint de prosseguir una comunicació folklòrica és a través dels parells d'adjacència: el folklorista els utilitza, també en el treball de camp i en les seves investigacions orals. Des de la nostra perspectiva, i girant el comentari fet suara mateix, podríem estirar la concepció de Schegloff dient que en la comunicació folklòrica el primer parell d'adjacència és la mateixa dificultat per la comunicació, una dificultat que l'entendem com a interpellació que ens estimula a respondre (a fer). Aquest primer parell adjacent condiciona tot el discurs posterior. El segon parell d'adjacència seria, doncs, tot el text. D'aquesta manera lliguem el discurs folklòric a la situació d'adjacència.

Al punt 1, 2, 3 i 4: Tot recolzant-nos i valent-nos de l'estudi de R. Lakoff [1978] afirmarem que l'absència o disminució de les regles de cortesia<sup>16</sup> presents en un discurs possibilita l'esclat del folklore. Això ens podria portar a establir que el grau de cortesia és inversament proporcional al grau de

---

16. Les tres regles bàsiques que ens diu l'autora són: 1) no imposar-se, 2) oferir alternatives i 3) posar al destinatari en una posició còmoda.

conflictivitat en la interacció humana. Essent així, i sabent que quan existeix conflicte la comunicació folklòrica pot surar de manera segura, seria massa arriscat afirmar que a més grau de conflicte, més grau de possibilitat de folklore, ja entenguéssim el conflicte qualitativament o bé quantitativament. La progressió lineal en el conflicte no implica una progressió lineal en la possibilitat d'accés a la comunicació folklòrica: aquesta és una possibilitat comunicativa que es dona davant un determinat grau de conflicte. Si se supera aquest grau, possiblement que també es depassa la possibilitat d'arreglar la situació per mitjans i recursos folklòrics. En aquest estat d'alt grau de conflicte sembla força improbable la pervivència dels cinc punts descrits en la taula 1 (difícilment es pot donar, per exemple, una formulació artística en un grau extremat de conflictivitat).

Seguint amb la matisació de les dificultats en la interacció humana també ens són útils pels nostres objectius els plantejaments de Roulet [1980]<sup>17</sup>: alguns actes de parla amenacen de fer perdre la *cara* (el prestigi) a un dels interlocutors. Sentint-se ferit en la seva *cara negativa* (la funció territorial del jo) o bé en la *cara positiva* (reconeixement i estima per part dels altres) l'interdit pot accedir, segons nosaltres, a la comunicació folklòrica per mitigar l'efecte destructor de l'acció de l'altre. D'aquesta manera, el recurs al folklore serviria de procediment correctiu per salvar i reimposar el prestigi personal (*la cara*).

Tot i això, el folklore és, també, un recurs d'anticipació que intenta neutralitzar els entredits a la credibilitat personal o, en d'altres situacions, intenta, a l'avançada, tapar les fissures que encara no es produeixen –però que en tinc una sospita fefaent al veure el traç de l'esquerda– en el mur de la comunicació humana. No és gens estranya, doncs, la nostra gosadia per afirmar que el folklore és un recurs latent a tot discurs enunciabile.

Com qualsevol tipus de comunicació, la interacció folklòrica pot acabar de mort natural –per extinció del seu propi objecte– o bé per impugnació o deslegitimació (pèrdua total de la *cara*) per part de qualsevol dels subjectes que hi intervenen. Aquesta mateixa característica pot donar lloc a l'inici o també pot provocar la impossibilitat de la comunicació folklòrica. Ara bé, quan en un intercanvi participatiu d'informació en petit grup un dels elements que hi participa impugna o desautoritza l'emissió d'un altre provocant una situació conflictiva, el recurs al folklore pot donar oportunitat de tallar-la, d'acabar-la o de fer-la caure al sac dels descuits representent, si es dona el cas, i en el mateix to, o en un de molt similar, la situació comunicativa d'on es partia.

---

17. «La requête... présente une menace certaine pour la face négative de l'interlocuteur, au contraire de la permission, qui a été généralement sollicitée par celui-ci. Le locuteur peut réduire cette menace en faisant passer ce qu'il veut que l'interlocuteur fasse pour quelque chose que celui-ci a envie de faire spontanément.» [Pàg. 237].

#### 4.2.- *Característiques dels textos de comunicació folklòrica.*

En aquest apartat ens plantjarem els requisits necessaris que ha de presentar un text per poder-lo classificar com a folklòric. Però abans d'entrar en aquesta esquematització hem de deixar clar una colla de matisacions generals i importants per comprendre no tan sols la classificació que les segeuix sinó també la realitat dels discursos folklòrics:

a) Una de les característiques de la comunicació folklòrica és la de ser «actual». Utilitzem aquest terme en dos sentits: s'ha de donar ara i aquí (és a dir, que es troba enmig d'una situació que visc) i segonament per referir-nos a ACTES de comunicació folklòrica. O el que és el mateix, un ús folklòric de la comunicació. El resultat de la comunicació folklòrica és, doncs, el «text o discurs folklòric» (ja sigui oral, iconogràfic o a través d'altres signes).

b) No hi ha essencialitats en la comunicació folklòrica (com tampoc ni en l'AF ni en la cultura). És així com el contingut d'un text folklòric el pren per les interrelacions que guarden els elements que el componen i per les relacions externes que se li oposen. Més que per un sentit positiu, un text de comunicació folklòrica pren el seu significat general –i particular– per les oposicions inter i contextuals (ho veiem clar quan ens fixem, per exemple, amb el color vermell de la caputxeta i el comparem amb el vermell maliciós que ostenta el dimoni en els contes populars).

c) El recurs a la comunicació folklòrica pot ser una resposta breu a un acte local o bé pot esdevenir tot un discurs, amb una estratègia discursiva àmplia. De fet, i sigui en el cas que sigui, un text de comunicació folklòric sempre és una resposta artística a un determinat problema posat per un mateix o pel medi en què viu.

d) En la comunicació folklòrica el concepte de veritat juga un paper important. Però aquesta veritat no és la matemàtico-empírica, la descriptiva, l'evident i objectiva. És la veritat que imposa l'emissor, la que crea amb el contingut que emet o la que pacta amb el receptor. Vist des d'una altra òptica: hi ha bon contacte en la comunicació folklòrica quan l'emissor emet per ser cregut i el receptor assumeix el missatge en la mesura que creu en el contingut. Així la comunicació folklòrica no és només *in fer-saber*, sinó un *fer-creure* i un *fer-fer*. És per aquesta raó que una de les característiques que pot presentar un text de comunicació folklòrica és l'aparició d'un acte il·locucionari indirecte: aparentment s'afirma una cosa però en realitat se n'està afirmant una altra. És el que veiem sovint en el relat dels contes, faules i ensenyaments moralitzants on aquest acte esdevé estructura, i aleshores l'anomenem *estructura de manipulació*. Amb l'aparició de l'estructura de manipulació s'evidencia el substrat ideològic de tot discurs deixant ben patent que la comunicació folklòrica també és un recurs de poder: quan em trobo atrapat enmig d'un nus del llenguatge, quan m'enxampen *in fraganti* en una contradicció o quan l'altre m'ha deixat sense paraula (per citar només alguns casos), em defenso o m'imposo amb un refrany o amb qualsevol altre recurs. Pel fet d'utilitzar rols actancials diferents, un text folklòric pot afirmar i potenciar el paper del destinador i del destinatari en la vida real: és el «pare» qui explica al conte al «nen».

e) El *marcs* que proposa l'AF (veure més andavant en la nota 22 el concepte *frame*) són marcats culturalment i ideològicament, i per tant tots els discursos folklòrics poden tenir connotacions «polítiques». Ara bé, en els textos folklòrics configurats per l'arxivística, i a través de mecanismes il·locutoris, s'actualitzen les connotacions polítiques de tot discurs a través de la intencionalitat patén que imprimixen els interlocutors quan amplifiquen, refuten o neutralitzen aquestes connotacions per tal d'enfrontar-se a unes altres. Aquest fet il·locucionari (moltes vegades explícitament locucionari) i perlocucionari d'actualització és, alhora, un fet ideològic. Però la ramalla ideològica s'estén fins al mateix acte de parla, fins al propi contracte entre destinador i destinatari: explicar un conte de pagesos de barretina murrís a un infant magribí n'és un bon exemple.

f) I per últim, si comparem la classificació que segueix amb la taula 1 hom pot trobar a faltar l'especificació d'estar «en contacte directe». No és un oblit per part meua: hi ha tota la intenció d'obviar-lo al considerar que en quasibé totes les situacions a les que es fa referència és dona per suposat el contacte directe entre els participants en la interacció comunicativa de caire folklòric. De fet, aquesta va més enllà que el *face-to-face* de Ben-Amos: una conversa telefònica, un fax bromista, una fotocòpia provocativa enviada per carta... impliquen, també, un contacte en directe (no en l'espai, però sí en el temps).

4.2.1.- Tot acostant-nos a la tipologia dels discursos que pretén construir la semiòtica textual, entendrem per text folklòric aquell que mostri els següents factors:

1.- Endògens<sup>18</sup>: a) que no sigui merament informatiu i estrictament objectiu.

b) que sigui creat o recreat estèticament.

2.- Exògens: a) que mostri traces de la competència del destinador o del destinatari en el camp de la comunicació folklòrica.

b) que el text sigui utilitzat en petit grup.

c) que la seva finalitat sigui superar un obstacle d'ordre material o immaterial.

Ja sabem que tota classificació necessita una colla de concrecions per a ser compresa en més detall, per no provocar malentesos i per no quedar-se en el simple nivell de l'enunciació. A tal fi destinem els comentaris que segueixen.

---

18. La utilització d'aquest terme -i del seu contrari- no tenen aquí un simple sentit denotatiu. La seva utilització vol recuperar les connotacions que tenen els termes grecs que els formen: *que es crea en l'interior/que es crea en l'exterior*.



*Factors endògens a):*

Tot text folklòric, al reduir-lo al seu tòpic<sup>19</sup>, desapareix com a tal: perd la seva formulació específica per transformar-se en estricte contingut; esdevé, només, informatiu. Però seria un error considerar que l'anàlisi formal del *coment* ens donaria allò que fa veritablement folklòric un text: no hauríem sortit, ni molt menys, del cercle de la informació objectiva (a molt estirar en trobaríem en el sector argumental de l'Arxivística Folklòrica). Fins i tot arribaria a dir que un text de comunicació folklòrica reduït a aquests dos aspectes podria arribar a fer la mateixa funció (en l'òptica general de superar una dificultat) que si no fos manipulat amb aquestes eines. Però, això sí, perdriem un element essencial i cabdal per accionar el mecanisme del folklore: l'art. L'elaboració estètica del contingut subjectiva el missatge que es transmet i, en les condicions necessàries, esdevé un text de comunicació folklòrica. Més endavant tornarem a aquest tema. Per ara ens és suficient retenir que no hi ha una informació folklòrica *per se*, objectiva, sinó una elaboració folklòrica de la informació. Si es donen les condicions i requisits necessaris per la seva presència, qualsevol missatge (qualsevol tòpic) es pot convertir en folklòric. Dit d'una altra manera: no existeixen tòpics folklòrics ni una «essencialitat» pròpia del tòpic folklòric. A molt estirar, hi ha tòpics de l'AF (orals, iconogràfics i gestuals) que encara no són inventariats.

Seguint Benveniste [1971], direm que un text o un discurs és objectiu quan sigui *anafòric*<sup>20</sup> i quan no contingui defíctics que involucrin el subjecte enunciat o receptor en l'enunciat o en tot el discurs. A més, d'aquesta presència i absència, Benveniste afirma que determinats temps verbals (indefinit, imperfet, plusquamperfet, perifràstics) i formes personals també ajuden a configurar l'objectivitat del discurs. Ara bé, en un text folklòric de comunicació no es pot donar mai la presència, única, d'anàfores. Sempre, i com a condició indispensable, tindrà la presència de defíctics que el subjectivaran i el concretaran en un context vivencial real. De manera més concreta i en els textos folklòrics orals els defíctics de localització ens porten a un context compartit per l'emissor i el receptor.

---

19. L'oposició *Tòpic/Coment*, que en l'escola de Praga s'anomena, *Tema/Rema*, és l'oposició entre «allò del que hom parla, o de qui es parla» i «el que es diu sobre el tòpic». Per l'ampliació, comparació i observar-ne diversos plantejaments, veure: García Berrio i Petőfi [1978], Halliday [1975], Van Dijk [1983 i 1980], Eco [1981] i a un nivell estrictament clàssic i introductor a la *temàtica*, cfr. l'estudi de Tomaševskij [1925].

20. S'entén per *anafòric* tot aquell element fràstic que ens porta a un altre element intern del text o discurs. De totes maneres, l'estudi de G. Rigáu ens mostra con l'anàfora és, també, transfràstica. Un element *defíctic* és aquell que implica a un subjecte o un objecte de la situació enunciativa. Rigáu ho presenta així: «És necessari (...) no confondre la noció de defíct amb la de referència. L'expressió defíctica assenyala un objecte (en el sentit que dóna Frege a aquest terme) de la situació enunciativa; en canvi, una expressió referencial designa objectes de l'univers del discurs.» [1981: 281]. Tot recolzant-se amb Y. Bar-Hillel, aquesta autora diu: «Jo, vostè, ahir, això, demà, ara, aquí... més d'un 90% de les expressions que produïm en el curs de la nostra vida són defíctiques...» [1981: 281].

És per això mateix que els textos folklòrics no poden ser simplement descriptius (estrictament objectius), han de ser modalitzats<sup>21</sup>, han de contenir elements subjectius en el seu interior. És a dir que en ells tant hi trobarem regions descriptives (enunciació objectivada) com paratges plenament subjectius, valoratius, morals, intencionats, manipuladors... (enunciació enunciada). Ara bé, en la mesura que aquests dos paisatges es vulguin reduir al primer, aleshores ens trobaríem fora de l'àmbit del folklore. Amb això estic descrivint un dels mecanismes que utilitza la tècnica del folklore: la commutació en les formes d'enunciació.

*Factors endògens b):*

R. Jakobson [1963, 210] planteja una pregunta essencial pels nostres propòsits: «Qu'est-ce qui fait d'un message verbal une oeuvre d'art?» La seva resposta és clara: *La visée (Einstellung) du message en tant que tel, l'accent mis sur les message pour son propre compte...*» És a dir, el treball sobre el pla de l'expressió. A. Moles [1974: 129] s'allunyaria d'aquesta posició a l'afirmar que «...el valor poètic de un texto es sencialmente independiente del de las palabras que lo componen». A. Moles distancia massa el pla de l'expressió del contingut. Aquí ens interessarà veure com el treball en l'expressió modifica el contingut de la informació que transmetem.

Tot partint de R. Jakobson farem servir les posicions d'U. Eco [1968, 1970, 1977, 1979] per afirmar que un text folklòric és artístic perquè:

- 1.- En el text hi ha contingut un treball específic de manipulació de l'expressió;
- 2.- Aquesta manipulació és provocada i provoca un reajustament del contingut;
- 3.- Aquesta doble operació executa una funció semiòtica original que enceta un procés de canvi de codi;
- 4.- Però no ens quedem en el nivell del codi sinó que els canvis provoquen un tipus diferent de visió del món; i
- 5.- L'emissor d'un text artístic enfoca la seva atenció en les possibles reaccions del destinatari a l'interpretar-lo.

Aplicarem aquests cinc punts a un exemple concret que extreiem de l'«Arxiu Folklòric de la Universitat de Barcelona (Tarragona)» recollit per J.M. Pujol:

«Un interlocutor bomeja amb un comensal en règim d'aprimament sobre les postres que menja, que engreixen molt. La informant replica: -Val més que la pell del ventre peti que la gràcia de Déu es malmeti.»

---

21. Entenem per *modalitzat* tot aquell element que indica una actitud del subjecte enunciació respecte el que anuncia.

1.- En la resposta de la informant hi trobem un treball voluntari i específic (fins i tot conscient) de modulació de la justificació. De fet, l'acte de la protagonista contradictori amb la finalitat general que es proposa, pot quedar amb un simple: «ara em ve de gust», emissió «objectiva» que no hauria comportat una elaboració estètica de la informació. En la manipulació estètica que fa la informant trobem un parallelisme mètric i rítmic que configuren el missatge sota una forma, unes denotacions i unes connotacions absolutament diferents de l'esperada.

2.- El treball que presenta la justificació va més enllà i pretén més que fer saber un estat d'ànim: involucra la grandesa de Déu i de la seva obra creadora tot fent notar que per respecte a la meravella que és la creació bé val la pena jugar-s'hi la pell del ventre. D'una manera més o menys encoberta i en forma de justificació d'una acció poc lloable representa el sacrifici i la immolació personal davant els designis i plans divins. Amb tot, el text no en té prou amb aquesta cobertura: cerca, també a través de l'expressió artística, una admiració pel sacrifici que es contraposa a l'acció manifestament contradictòria del seu procedir. O si ho volem veure des d'un altre punt, el text ens demana una comprensió religiosa i un perdó pietós que provoca un reajustament del contingut inicial.

3 i 4.- Essent així, el codi que ens servia per comprendre el missatge «objectiu» no ens és vàlid per comprendre la resposta artística. Amb l'aparició d'aquesta, ens trobem obligats a fer reajustaments i modificar el codi per fer lloc a les connotacions i les denotacions que implica la mateixa justificació. El codi s'eixampla tant que ens transporta a tota una cosmologia nova: les postres, comparades amb l'omnipotència divina, queden tant enrera que resulten ser una futilesa.

5.- La informant, havent ocasionat una situació general d'adjecència, espera una reacció d'assentiment i de beneplàcit per la seva feta. De totes maneres, sap perfectament que aquesta situació no és gens closa: ans al contrari. La seva característica és la de ser oberta a les possibles (males?) interpretacions de l'altre comensal.

Per dir-ho ras i clar utilitzaré unes paraules d'U. Eco: «Diré, doncs, que si en prosa es realitza el cas exemplar d'una *ratio difficilis* en virtut de la qual l'expressió d'adequa a les exigències del contingut, en poesia –i aquí nosaltres li prenem aquest mot a U. Eco i el substituïm per la paraula *folklore*– es desplega una *ratio* que definiré com a *difficillima*, en la qual el contingut s'adequa a les exigències de l'expressió» [1987: 340].

*Factors exògens a):*

La mateixa emissió d'una informació folklòrica, corroborada per la cooperació del destinatari, ja denota la competència del destinador i del mateix destinatari en aquest terreny. Però ens trobem en la regió de l'acció, de l'emissió d'un discurs. Recolzats en l'obra de Greimas [1982: 69] direm que en la competència folklòrica hi trobem totes aquelles condicions prèvies

i pressupòsits que possibiliten l'acció (l'emissió). Necessitem, doncs, un coneixement profund i una habilitat remarcable per manipular els recursos lingüístics i culturals que aprenem de la societat en què viuen. D'aquest ventall immens en destacarem tant els temes (faules) com les trames<sup>22</sup> de l'AF. Però com ja hem assenyalat abans, la utilització dels temes i les trames de l'AF no fan un discurs folklòric ni tot discurs folklòric té temes i trames de l'AF. Per dir-ho de la manera més simple possible: hi haurà comunicació folklòrica sempre que hi hagi subjectes competents en folklore que en situació «difícil» creguin oportú utilitzar els canals que aquest els hi otorga per comunicar-se.

Aquesta competència permet al subjectes de la comunicació folklòrica establir un *contracte* per l'intercanvi d'informació. Aquest, amb Greimas [1982: 174], l'anomenarem *contracte fiduciari* ja que vol aconseguir, a través d'un fer persuasiu, l'adhesió de destinatari. Quan, per exemple, la mare explica un conte perquè el nen mengi, entre ells i el nen s'estableix un *contracte d'aquesta mena*. O quan veiem escrit en una botiga de serveis: «els impossibles els fem ràpidament, els miracles triguem una mica», el sol fet de la lectura comprensiva estableix un *contracte*. Aquest missatge «pot» convertir-se en un text folklòric si el client que ho llegeix ho sanciona com a tal. Si és cec (tant en el sentit literal com metafòric), no hi ha comunicació i

---

22. U. Eco [1981: 125-146] diferencia entre *tòpic*, *faula* i *isotopia*. El primer concepte és una eina metatextual, un esquema abductiu que proposa el lector, el segon és l'esquema fonamental de la narració, el tercer és un nivell de coherència interpretativa. A més, parla de *trama* per designar tal i com apareix la narració en la superfície. En aquesta mateixa obra [pàg. 28-31] U. Eco mostra la diferència entre *context*, *cotext* i *circumstància*: «Una selecció contextual registra los casos *generales* en que determinado término podría aparecer en concomitancia (y, por consiguiente, coaparecer) con otros términos pertenecientes al mismo sistema semiótico. Cuando, después, el término coaparece concretamente con otros términos (vale decir, cuando la selección contextual se actualiza), tenemos precisamente un cotexto. Las selecciones contextuales prevén posibles contextos: cuando éstos se realizan, se realizan en un cotexto. En cuanto a las selecciones circunstanciales, éstas representan la posibilidad abstracta... de que un término aparezca en conexión con ciertas circunstancias de enunciación...» (la cursiva és meua). Aquí no és el lloc ni el moment per entrar en aquestes últimes distincions; ens caldria elaborar un treball monogràfic que plantegés aquest tema des de l'òptica de la comunicació folklòrica. Hi afegiríem, a més en aquest estudi, el concepte de *Frame*: «Un *Frame* es una estructura de datos que sirve para representar una situación estereotipada...» U. Eco [1981: 114], el de *diccionari* i el d'*Enciclopèdia* [U. Eco. 1977: 84]. Tot utilitzant les diferències i semblances d'aquests conceptes en l'obra de T.A. van Dijk [1980 i 1983], de Bateston [1976], de Goffman [1974] i de Forastieri [1979] arribaríem a la conclusió que cap d'aquests elements d'anàlisi textual és suficient per caracteritzar un text de comunicació folklòrica. Poden ser eines útils per apropar-nos-hi, però mai per dir que hi ha un *frame*, un *diccionari*, una *enciclopèdia*, un *context*, un *cotext* o una *circumstància* estrictament folklòrica. Intentar demostrar aquesta possibilitat seria entrar en contradicció en el plantejament clau d'aquest treball: són unes determinades relacions internes i contextuals (l'art i l'ús) que «totes juntes» i depenent unes de les altres fan que qualsevol text esdevingui folklòric. Ara bé, si que és cert, però, que el recurs a la comunicació folklòrica implica una transmutació de «frames», una utilització pròpia d'un «diccionari», d'un «context» i d'una «circumstància».

la frase no es converteix en text folklòric. Com ja repetirem més endavant, és el destinatari qui reconeix i accepta el sentit folklòric. Per tant sense consens amb el destinatari no hi pot haver contracte fiduciari ni comunicació folklòrica.

Sigui dit de passada: tot acte de comunicació folklòrica sempre és nou: mai es repeteix. Podem utilitzar altre cop el mateix tema, el mateix argument, la mateixa falla, la mateixa trama, la mateixa melodia, però no podem repetir mai la unió inseparable que es dóna en l'acte de comunicació folklòrica entre el fet locucionari, l'illocucionari i el perlocucionari.

I una última qüestió. Els textos de comunicació folklòrica no sempre compleixen els dos *principis de presumpció* d' Strawson [1971], propis del saber estrictament «objectiu»: El *principi de presumpció d'ignorància* suposa que el destinatari desconeix la informació que se li donarà; el *principi de presumpció de coneixement* suposa que la ignorància del receptor no és tan gran com per no saber de què se li parla. Precisament una de les funcions dels discursos folklòrics pot ser la de compartir «coneixement folklòric» amb la intenció de sentir-se d'una mateixa comunitat cultural, per exemple, o per superar una dificultat comunicativa que no és d'ordre lingüístic («Subjecte 1: –Ja se sap, per Nadal... Subjecte 2: –Cada ovella al seu corral»). En aquests casos s'ataca el primer principi i el segon queda insuficient. Però en d'altres casos, i el context en marcarà la diferència, és necessària la presència dels principis perquè la comunicació folklòrica tingui èxit (explicar un acudit nou, una falla, un conte...).

*Factors exògens b):*

A més del que ja s'ha dit en el seu moment sobre aquest punt, volem recordar que en el text de 1989 [: 20] J.M. Pujol comenta en l'apartat a) que nosaltres mateixos podem ser el nostre propi públic, però ho diu tot marcant una excepció. Nosaltres volem insistir en aquest fet tot presentant-lo, no com una excepció sinó com una forma habitual de comunicació folklòrica amb un mateix. Posarem un exemple concret on veiem que a través d'un recurs de l'AF es supera una situació difícil: escarxofat davant la televisió un rec-rac d'obligació m'empeny al treball mentre que el contrapès que m'arrapa al sofà el posa la mandra: ja no cerco arguments per retenir-m'hi, simplement m'hi quedo. A voltes, però, m'imposo disciplina i crido en el meu interior: «contra la mandra, un bon bastó». Aleshores, m'aixeco i em dirigeixo a la taula de treball.

En aquest exemple, jo mateix faig de locutor i d'enunciador, també jo en sóc el destinatari. Per tant la comunicació es dóna en petit grup (sense ser imprescindible la veu ni el so). No és un fet informatiu: és un discurs d'obligació. De manipulació. Utilitzo el recurs a l'AF per aconseguir un fet al qual m'hi resisteixo: és, doncs, una situació de comunicació folklòrica.

Per acabar les matisacions a aquest punt voldria fer referència a la necessitat del *Principi de Cooperació*<sup>23</sup> de Paul Grice [1979] perquè la interacció en petit grup sigui eficaç. Del CP Grice en destaca quatre categories (induides per l'obra de Kant): La *quantitat* («Que votre contribution contienne autant d'information qu'il est requis»); la *qualitat* («Que votre contribution ne contienne pas plus d'informations qu'il n'est requis»); la *relació* («Parlez à propos») i la *modalitat* («Soyez clair»).

#### *Factors exògens c):*

Tot el que fa referència als trets bàsics de les «dificultats» que donen origen als textos de comunicació folklòrica ho hem exposat en els punts 4.1.2. i 4.1.3.

## 2. *Conclusions*

Ha arribat el moment de fer recompte d'allò que hem anat apuntant al farcell de la memòria mentre fèiem camí i que ara, al final del trajecte, sembla imprescindible recordar breument.

En primer terme observarem que, des de la nostra posició, no hi ha textos folklòrics, sinó situacions que ens fan crear textos amb unes característiques determinades. Però aquests mateixos textos no esdevenen eternament folklòrics i, transportats en una altra situació, ja no els podem qualificar així ni farien la mateixa funció. És a dir: no hi ha cap essencialitat ni traça interna que sobrepassi el propi discurs i que el qualifiqui com a folklòric (ni l'oralitat, ni la tradició, ni el fet de ser popular ni cap d'altra que no sigui els factors contextuals i intercontextuals definits a l'apartat 4.2.1). Ja hem dit que no hi ha una informació folklòrica, sinó una elaboració folklòrica de la informació.

També hem vist que la comunicació folklòrica com a tal pot prendre tres formes diferents: la comunicació folklòrica de recurs, la comunicació folklòrica de creació i la comunicació folklòrica mixta. La primera consisteix a utilitzar els arguments de l'Arxivística Folklòrica per fer efectiu el missatge que es vol transmetre sota les condicions ja ben assenyalades. La segona, és la creació –espontània o no– de nova matèria, de noves trames amb la mateixa finalitat comunicativa. Just en aquesta segona forma comunicativa cal que fem la diferència amb el que hem anomenat *Espectacles de Recursos Folklòrics (ERF)*. Aquests, són espectacles i com a tals s'allunyen de les

---

23. «Nous pourrions ainsi formuler en première approximation un principe général qu'on s'attendra à voir respecté par tous les participants: que votre contribution conversationnelle corresponde à ce qui est exigé de vous, au stade atteint par celle-ci, par le but ou la direction acceptés de l'échange parlé dans lequel vous êtes engagé. Ce qu'on pourrait appeler PRINCIPE DE COOPÉRATION (*Cooperative principle*), abrégé en CP» [Pág. 61]. Cf. D. Wilson i D. Sperber [1979].

condicions necessàries per a l'existència de la comunicació folklòrica. Per últim, la forma mixta, es troba en aquells discursos on coexisteixen elements propis de les dues formes anteriors. De fet, és ben constatable que la gran majoria de les interaccions comunicatives modulades sota els requisits folklòrics pertanyen a la forma mixta de comunicació.

En aquesta breu conclusió no podem deixar de banda un dels trets més fonamentals que marquen el text com a folklòric: l'art. En les pàgines precedents hem entès l'elaboració artística de la informació que es transmet com aquell treball específicament centrat sobre l'expressió i que arriba fins a tal punt que es manipula la mateixa l'expressió física. Però això no és tot: el fet d'alterar substancialment l'expressió implica necessàriament un reajustament del contingut, una revisió de la informació que es volia donar a conèixer. És així com amb aquesta doble operació ens trobem que el codi del qual partíem és clarament superat: s'amplia, pren nous significats per connotació. En una sola paraula: canvia. La transmutació del codi ens aboca de manera determinant a una nova visió del món. És a dir que ens porta a llegir la realitat que ens envolta sota uns altres paràmetres. Tot plegat ens ha fet afirmar que un text folklòric, en tant que és artístic, enfoca la seva atenció en les possibles reaccions del destinatari quan l'interpreta.

Per aquestes raons podem deixar ben clar i establert que el folklore és creació continuada i que fora d'ella tot text és impossibilitat, ja per definició, d'esdevenir folklòric. I encara hi ha més: tot acte de folklore ja és, d'entrada, comunicació. És, per principi, obert a l'acció del destinatari o copartícip de l'acte artístic. Bàsicament, és un text obert que incita a l'acció. Tot amb tot, no podem oblidar que un text serà veritablement folklòric quan sigui acceptat i reconegut pel destinatari.

Ateses les consideracions precedents arribem a l'últim punt que volem remarcar. Tot text folklòric només pren sentit en tant que s'usa. O més clar encara: és l'ús un dels màxims factors de creació de folklore. Un text fossilitzat (imprès, enregistrat, emmagatzemat...) ja no és folklore. A molt estirar el podríem ubicar dins l'AF, o a qualsevol altra disciplina que s'interessi pels fenòmens comunicatius, però mai dins l'acte sempre creador que és el folklore.

## 6. Bibliografia citada

- Norman ABRANSON  
1977. *Teoría de la información y codificación*. Paraninfo.
- J.L. AUSTIN  
1971. *Palabras y acciones. Cómo hacer cosas con palabras*. Paidós.
- Roland BARTHES  
1971. *Elementos de semiología*. A. Corazón.
- G. BATESTON  
1976. *Pasos hacia una ecología de la mente*. Carlos Lohlé.

- Dan BEN-AMOS  
1971. *Toward a definition of folklore in context*. «Journal of American Folklore». Núm. 84. Ps. 3-15.
- E. BENVENISTE  
1971. *Problemas de lingüística general*. S. XXI.
- Karin BOKLUND-LAGOPOULOU  
1983. *Folklore and ideology: Semiotics as political practice*. «Semiotica» (45-3/4). 345-350.
- H.H. CLARK  
1979. *Responding to indirect speech acts*. Rev. Cognitive Psychology, II.4.
- Teun A. van DIJK  
1980. *Texto y contexto*. Catedra.  
1983. *La ciencia del texto*. Paidós.
- DIVERSOS  
1989. *Manual de alta fidelitat y sonido profesional*. Boixareu editores.
- Umberto ECO  
1968. *Apocalípticos e integrados*. Lumen.  
1970. *La definición del arte*. Lumen.  
1975. *La estructura ausente*. Lumen.  
1977. *Tratado de semiótica general*. Lumen.  
1979. *Obra abierta*. Lumen.  
1981. *Lector in fabula*. Lumen.  
1987. *Dels miralls*. Destino.  
1988. *Semiòtica i filosofia del llenguatge*. Laia.
- Gabriel FERRÉ  
1990. *Aproximació sociolingüística al cançoner folklòric català*. Comunicació presentada al Col·loqui de Música Tradicional. Reus 12-15 de setembre de 1990.  
1991. *El pas del folklore literari a la literatura culta: el cançoner*. Seminari «El gust per la lectura». Curs 1991-1992. DGOIE. SEDEC.
- E. FORASTIERI  
1979. *Lingüística del texto, macroestructura y contexto*. Revista Dispositio, 10.
- Michel FOUCAULT  
1970. *La arqueología del saber*. S XXI.
- E. GOFFMAN  
1974. *Frame analysis*. Harper and Row.
- A.J. GREIMAS i J. COURTÉS  
1982. *Semiótica. Diccionario razonada de la teoría del lenguaje*. Gredos.
- Paul GRICE  
1979. *Logique et conversation*. Rev. Communications (30) 57-72.
- GRUP DE RECERCA FOLKLÒRICA D'OSONA  
1991a. *Notes per un estudi de l'imaginari als Pirineus. Història i Folklore*. Comunicació al Primer Congrés de la Família als Pirineus. En premsa.  
1991b. *La Tradició Oral a Osona*. «Aixa», 4, 63-68.
- M.A.K. HALLYDAY  
1975. *Estructura y función del lenguaje*, en J. Lyons (ed.) «Nuevos horizontes en la lingüística». Alianza.  
1978. *Language as social semiotic*. E. Arnold.
- Michael HERZFELD  
1982. *Ours Once More: Folklore, Ideology and the Making of Modern Greece*. Austin: University of Texas Press.
- Louis HJELMSLEV  
1971. *El lenguaje*. Gredos.



- Roman JAKOBSON  
1963. *Essais de linguistique générale*. Minuit.
- R. LAKOFF  
1978. «La logica della cortesia; ovvero, bada a come parli», dins el volum de M. Sbisà *Gli atti linguistici. Aspetti e problemi di filosofia del linguaggio*. Feltrinelli.
- Peter Theodore LANDSBERG  
1985. *Usages et limites du concept d'entropie*. «Communications» (41). 63-80.
- E. LANG  
1972. *Quand unes «grammaire de texte» est-elle plus adéquate qu'un «grammaire de phrase»?*. Langages, 26.
- Jorge LOZANO, Cristina PEÑA-MARTÍN i Gonzalo ABRIL  
1989. *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Catedra.
- Bertil MALMBERG  
1969. *Lingüística estructural y comunicación humana*. Gredos.
- Josep MARTÍ i PÉREZ  
1990a. *Música tradicional. Entre Folklore i Folklorisme*. Comunicació presentada al Col·loqui de Música tradicional. Reus, 12-15 de setembre.  
1990b. *El folklorisme. Análisis de una tradición «prêt-à-porter»*. «Anuario musical» (45), 317-352. C.S.I.C.  
1991a. *Una festa antiga però nova: La festa de Santa Catalina de Porreres (Mallorca)*. Ponència llegida al «I Congrés de Cultura Tradicional». València.  
1991b. *La dinàmica del folklorisme musical en les societats occidentals*. Treball presentat a les «I Jornades de la Asociación Española de Sociología de la Cultura y de las Artes».
- Henri-Jean MARTIN  
1988. *Histoire et pouvoirs de l'écrit*. Perrin.
- Abraham A. MOLES  
1974. *Teoría de los objetos*. Gustavo Gili.  
1985. *Los canales de la comunicación*. dins «La comunicación y los mass media. Diccionario del saber moderno». Mensajero.
- Jesús MOSTERÍN  
1991. *Varietades de Informació*. «Arbor», CXL (Octubre 1991) 122-144.
- J.S. PETÖFI, i A. GARCÍA BERRIO  
1978. *Lingüística del texto y crítica literaria*. A. Corazón.
- Max PLANCK  
1984. *El coneixement del món físic*. Ed 62/Diputació de Barcelona. Col. Clàssics del pensament modern.
- Llorens PRATS, Dolors LLOPART i Joan PRAT  
1982. *La cultura popular a Catalunya. Estudiosos i institucions. 1853-1981*. Serveis de Cultura Popular.
- Josep Maria PUJOL  
1985. «Literatura tradicional i Etnopoètica: balanç d'un folklorista». Dins el llibre *La cultura popular a debat* (D. Llopart et alii, coord.). Altafulla, 158-167.  
1989. *La crisi del folklore*. «Serra d'Or», Núm. 359.  
1991a. *Folklore narratiu: la rondalla i la llegenda*. Conferència a mestres. Fotocopiada i cedida gentilmente per l'autor.  
1991b. *El folklore verbal: balanç d'actualitat i línies de futur*. Ponència llegida a les «Jornades d'Estudis Folklòrics». Vic, 13 de desembre de 1991.
- Hans REICHENBACH  
1956. *The direction of time*. University of California Press.
- Gemma RIGAU  
1981. *Gramàtica del discurs*. Publicacions de la universitat Autònoma de Barcelona.

- R. María RODRÍGUEZ  
1984. *Discurso/poder*. EDE.
- E. ROULET  
1980. *Modalité et illocution*. Rev. Communications, 32.
- Ignasi ROVIÓ  
1990. *La mort del folklore*. Periòdic «El 9 Nou». 5/2/1990.
- Emanuel A. SCHEGLOFF i Harvey SACKS  
1973. *Opening up Closing*. Semiotica, 7: 289-327.
- Emanuel A. SCHEGLOFF  
1972. «Sequencing in Conversational Opening». Dins el volum editat per John J. Gumperz, *Directions in sociolinguistics*. Holt, Rinehart and Winston, inc. Ps. 346-380.
- C. SHANNON  
1948. «A Mathematical Theory of Communication». Dins el vol. 27 de *Bell System Tech. J.*. Ps. 379-423, 623-656.
- P.F. STRAWSON  
1971. «Identifying reference and truth-values». Dins el volum editat per Steinberg i Jakobovits, *Semantics. An interdisciplinary reader in Philosophy, Linguistics and Psychology*. Cambridge.
- B. TOMAŠEVSKIJ  
1925. «Temàtica: la construcció de la trama». Dins el volum editat per E. Sullà *Poètica de la narració*. 1985. Empúries.
- Norbert WIENER  
1986. *Cibernètica o control i comunicació en l'animal i en la màquina*. Edicions científiques catalanes. Biblioteca clàssics de la (ciència).
- Deirdre WILSON i Dan SPERBER  
1979. *Remarques sur l'interprétation des énoncés selon Paul Grice*. «Communications» (30), 80-94.