



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Filosofia i Lletres

Memòria del Treball de Fi de Grau

El folklore de Nadal

Victòria Martorell Martorell

Grau de Llengua i Literatura Catalanes

Any acadèmic 2015-16

DNI de l'alumne:78217770-Z

Treball tutelat per Jaume Guiscafrè Danús
Departament de Filologia Catalana i Lingüística General

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball:

Folklore, WhatsApp, comunicació folklòrica, festes de Nadal, grup

ÍNDEX

1. Marc teòric.....	3
1.1 Introducció i hipòtesi	3
1.2 La noció clàssica del folklore	4
1.3 Què és el folklore?	7
2. Estudi de casos: el folklore <i>online</i> nadalenc.....	12
2.1 Anàlisi del context cibernètic.....	12
2.2 Constitució i presentació del corpus	15
3. El corpus i els comentaris	17
4. Conclusions	48
5. Referències bibliogràfiques	51

1. Marc teòric

1.1 Introducció i hipòtesi

A la darrera dècada les TIC s'han transformat i han avançat a un ritme frenètic. Aquests avanços han permès que la comunicació entre dues o més persones sigui més ràpida i efectiva, independentment del lloc on es trobin. Les xarxes socials, com per exemple Facebook i Twitter, han esdevingut el marc idoni per aquest tipus de comunicació. S'han convertit en les pàgines més usades per compartir informació i alhora crear vincles cibernètics, sigui amb amistats o amb gent desconeguda. Però, a part de les xarxes socials hi ha, actualment, altres plataformes que permeten la comunicació directa entre les persones.

Una d'aquestes plataformes és WhatsApp, una aplicació que es pot descarregar de manera gratuïta a telèfons intel·ligents o tauleta, la qual s'ha convertit en la darrera gran novetat que han ofert les TIC. Es tracta d'un xat a temps real, que ofereix un sistema senzill que permet l'intercanvi de missatges, notes de veu, imatges, vídeos i altres arxius amb un sol clic. Un gran percentatge de la població actual posseeix algun aparell d'aquest tipus, per això i per la gran facilitat que ofereix l'aplicació tant pel que fa a la descàrrega com per utilitzar-la, són molts els usuaris que utilitzen aquesta aplicació com a eina bàsica de comunicació, des d'infants que pràcticament acaben d'aprendre a escriure com gent major que fins ara no havia utilitzat les tecnologies avançades han aconseguit utilitzar-la amb pocs problemes.

Així doncs, WhatsApp ha esdevingut una de les eines principals de comunicació de la societat actual a la que podem trobar múltiples situacions comunicatives. Pel fet de tractar-se d'un xat que estableix contacte directe entre persones, podem trobar-hi tractats tots els temes d'actualitat, tant polítics com culturals. Per tant, *a priori* sembla que aquest context és l'idoni perquè hi aparegui folklore. En aquest entorn hi trobam les condicions necessàries, segons Josep Maria Pujol [v. 1.3], perquè sigui possible la comunicació folklòrica. L'objectiu d'aquest treball és precisament aquest, analitzar les diferents situacions comunicatives que es produeixen a WhatsApp, concretament en els petits grups, per tal d'observar el folklore que s'hi produeix i si en funció del sexe dels membres de cada grup i de la relació social que existeix entre aquests, varien els materials recollits. Per això, i seguint les pautes recomanades pel tutor, he trobat adient seleccionar grups amb els quals hi tenc certa relació, familiar o d'amistat. En alguns casos jo mateixa en

form part i en altres no. He seleccionat quatre grups de WhatsApp, i cada un ofereix una combinació diferent pel que fa al sexe i la relació social dels membres que en formen part. Així, he analitzat un grup format únicament per dones, la relació entre les quals es basa en l'amistat; un grup format únicament per homes que comparteixen el lloc de feina; un altre grup mixt amb la família com a vincle d'unió, i finalment un grup d'amics mixt. Per completar aquest estudi he seleccionat unes dates en què, a causa de la gran quantitat de connotacions culturals que duen implícites, s'hi generen múltiples missatges creats artísticament o que tenen un cert component de creativitat. Les festes de Nadal simbolitzen, en la tradició cristiana, un dels períodes més importants de l'any, per això durant aquests dies són molts els moments en què la gent comparteix vivències amb familiars i amics. I és precisament d'aquesta interacció que sorgeix el missatge folklòric. Per dur a terme aquesta feina he accedit a les converses d'aquests quatre grups, per tal de recollir tota la informació possible sobre els missatges enviats entre dia 16 de desembre de 2015 i dia 7 de gener de 2016. La selecció d'aquestes dates com a límits per a la recollida de materials s'ha fet d'aquesta manera perquè, encara que hi hagi dates que no s'engloben dins les festes de Nadal, sí que hi ha documentats ítems que tracten temàticament aquestes festes.

Per arribar a aquest objectiu primer he fet un repàs per les diferents definicions per les que ha passat el concepte folklore, tot remarcant els autors que han afegit nous matisos fins arribar a la concepció actual, amb la finalitat d'observar què és allò que a hores d'ara és considerat folklore nadalenc i què no. Partesc doncs, de la teoria del folklore de Josep Maria Pujol.

1.2 La noció clàssica del folklore

La història de l'estudi del folklore ha passat per diversos estadis, però durant un segle va quedar completament fossilitzada per les restriccions que suposava la concepció romàntica d'aquest concepte. La teoria del folklore ha estat durant molt de temps un tema que ha generat molta controvèrsia. Des dels inicis del seu estudi fins a l'actualitat, la seva definició ha passat per diferents fases, i cada autor que ha tractat el tema ha anat afegint nous matisos. Pujol fa un repàs a les tres posicions dels principals intel·lectuals nord-americans sobre l'abast del terme folklore.

La primera d'aquestes postures és la que engloba la noció purament clàssica del folklore, encapçalada per l'historiador anglès William J. Thoms el qual, dia 22 d'agost de 1846, va enviar una carta a la revista *The Athenaeum* sota el pseudònim d'Ambrose Merton. En aquesta carta, Thoms proposa l'ús del concepte folklore per primera vegada a partir dels termes saxons *folk* i *lore* que en conjunt signifiquen el saber del poble. Per una banda, per explicar el significat del mot *lore* enumera un seguit de coneixements com per exemple costums i supersticions. Per altra banda, el mot *folk* està lligat, segons l'autor, a les classes incultes de les nacions civilitzades. Per tant, la concepció romàntica del folklore de Thoms està íntimament relacionada amb les formes de vida del passat, amb allò que s'anomena tradició. En aquesta concepció hi incloent tots aquells aspectes de la cultura no material que caracteritzaven les societats passades. Segons Pujol, aquesta noció s'adequa perfectament a la definició que dona el *DIEC*¹ per a aquest terme.

Una altra posició és la que ocupen aquells autors que inclouen a aquesta concepció clàssica del folklore aspectes de la cultura material, com per exemple el nord-americà Archer Taylor que, amb les seves teories sobre l'evolució natural de la humanitat, influeix fortament en la definició de folklore. Taylor descriu el terme prenent la dicotomia entre col·lectiu/individual com a criteri distintiu fonamental. Per tant, l'autor amplia la definició primera feta per Thoms, afirmant que el folklore pot incloure també aspectes de la cultura material, com per exemple «les formes i usos de les eines, els vestits i les formes dels pobles i cases».

Finalment, un altre sector d'aquests estudiosos redueix el folklore al que s'anomena literatura oral, utilitzant l'oralitat, com afirma Pujol, com a únic aspecte característic. Destaca dins aquesta concepció William R. Bascom. El tercer grup d'autors que ocupen una posició diferent quant a la definició de folklore són aquells que podem situar entre la concepció clàssica de folklore i el folklore entès com a literatura oral que hem exposat a les línies anteriors. Aquests autors són Michael Dylan Foster, que inclou «les creences populars i les supersticions», i Marian W. Smith que obre el camp del folklore a «l'estudi dels materials verbals en totes les seves varietats», és a dir, sense cap tipus de restriccions (2013: 79-96).

A nivell internacional, no va ser fins els anys 60 als Estats Units, que es va introduir el folklore com a disciplina a la universitat, i que es va suposar la superació

¹ Folklore. *I m.* [LC] [AN] Conjunt de tradicions, de creences, de llegendes i de dites populars.

d'aquesta concepció romàntica del terme folklore. En aquest entorn i instruïts pel mestratge de Richard M. Dorson es varen formar folkloristes com Alan Dundes, Dan Ben-Amos i Roger D. Abrahams. Aquests autors varen posar les bases per a la renovació del concepte i per a l'obertura de la disciplina cap a l'estudi de materials nous i innovadors, a partir de la idea que el folklore és un tipus especial de comunicació [v. 1.3]. Però el repàs fet anteriorment per les diferents postures romàntiques de l'estudi del folklore deixa entreveure el pes que ha tengut la tradició en la concepció del folklore. Amb això vull dir que, a hores d'ara, gran part de la societat encara entén el folklore com a producte final –artefacte material– i fortament lligat als adjectius tradicional i popular. Per això cal aclarir que en aquest treball no hi estudiï els materials considerats folklore a partir de les concepcions clàssiques explicades anteriorment, sinó a partir de les reinterpretacions fetes per Pujol. Per tant, no parl de les neules, les quals representen una ornamentació tradicional a Mallorca durant les festes de Nadal, i que, per exemple Taylor sí que consideraria un producte de caràcter folklòric. Tampoc tract els betlems o els arbres de Nadal, atès que cap d'aquests artefactes suposa un mínim d'interacció comunicativa entre dos o més subjectes. Les nadales, que formen una part important de la cultura immaterial, tampoc troben el seu lloc en aquest treball perquè actualment aquestes construccions no són considerades folklore, sinó més bé folklorisme (Pujol, 2013:86). Es tracta d'un terme introduït per Hans Moser l'any 1962 que fa referència a l'interès que una determinada societat sent per la cultura tradicional i que es caracteritza per la reproducció de diferents aspectes d'aquest món tradicional però fora del seu context original. Aquest concepte ha estat defensat per Josep Martí en el context català, el qual afirma que «el folklore suposa “continuïtat”, mentre que el folklorisme té a veure amb una “voluntat de continuïtat”» (2013: 85). La tradició, doncs, no és valorada com a part del folklore.

En conclusió, allò que es valora bàsicament en aquest treball és allò essencial del folklore, que és l'acte comunicatiu, i no pas la pura materialitat del producte, deixant de banda en quin context va ser produït.

1.3 Què és el folklore?

Josep Maria Pujol dedica part del seu estudi a l'actualització del concepte folklore, un terme que no va ser fins arribats els anys seixanta que va aconseguir obrir-se cap a la modernitat i adaptar-se al nou temps. Pujol divulga la seva teoria a partir de les aportacions, com he dit anteriorment, fetes en aquest àmbit per part dels folkloristes nord-americans Alan Dundes, Roger D. Abrahams i Dan Ben-Amos. Dundes és el primer que comença a modernitzar el concepte de folklore fent una revisió al terme folklore, *el saber de la gent*. Per una banda estableix que *folk* fa referència a un grup de persones que almenys comparteix un factor en comú que pot ser la llengua, la professió, la religió, etc. I per altra banda, per establir el concepte *lore*, crea una llista oberta de les formes possibles d'aquest *lore* on agrupa un seguit de gèneres molt diversos entre ells. Tenint en compte el folklore com a acte comunicatiu, Dundes proposa tres nivells per a l'anàlisi del folklore: *text*, *textura* i *context*. El *text* fa referència al contingut del missatge, l'argument de la narració. En canvi la *textura* és la forma en què es presenta el *text*, és a dir, l'aspecte formal, l'estructura, que agafa el missatge folklòric i que pot ser modificada. Finalment, el *context* és la situació comunicativa concreta que fa possible l'aparició del missatge folklòric. Per tant, en el *context* hi fan part el temps, el lloc i les característiques culturals (1964: 251-265). Així, la reinterpretació de Dundes suposa un pas important per delimitar el terme folklore i per poder adaptar la disciplina als nous temps.

Però pel que fa a la concepció actual del folklore, ha estat fonamental la contribució que fa Ben-Amos. Podem trobar els seus plantejaments entorn la teoria del folklore podem trobar a un article publicat al *Journal of American Folklore* (1971) sota el títol «Toward a Definition of Folklore in Context». Ben-Amos, a través d'aquesta publicació, es situa en contra de dos termes que fins aleshores havien paralitzat completament l'estudi del folklore. Per una banda, parla del caràcter tradicional del folklore, afirmant que es tracta d'una qualitat accidental i no necessàriament d'una característica intrínseca (1971: 13). Per altra banda tracta la noció de transmissió oral que fins el moment havia estat, juntament amb la de tradició, una condició indispensable per a l'existència del folklore.

The same applies to the notion of oral transmission; an insistence on the "purity" of all folklore texts can be destructive in terms of folklore scholarship. Because of the advent of modern means of communication, folklorists who insist upon this criterion actually saw off the branch they are sitting on. They inevitably concentrate upon isolated

forms and ignore the real social and literary interchange between cultures and artistic media and channels of communication. In reality, oral texts cross into the domain of written literature and the plastic and musical arts; conversely, the oral circulation of songs and tales has been affected by print. This has long been recognized, and yet it has been a source of constant frustration for folklorists who searched for materials uncontaminated by print or broadcast (1971: 14).

Després d'haver-se oposat completament a la concepció romàntica del folklore, Ben-Amos és el primer que planteja el concepte de «petit grup o comunitat reduïda²» en la definició del folklore. L'autor afirma que és la limitació social del folklore i que representa el seu context particular. Per exemplificar aquesta idea el que fa és proporcionar una definició del que seria una comunitat reduïda i en dóna una sèrie d'exemples:

A group is a number of persons who communicate with one another, often over a span of time, and who are few enough so that each person is able to communicate with all the others, not at second-hand through other people, but face-to-face. A group could be a family, a street-corner gang, a roomful of factory workers, a village, or even a tribe (1971:12).

Ben-Amos afegeix un altre matís a la definició, el de la configuració artística del missatge, afirmant que el folklore és una acció artística que implica creativitat i resposta estètica (1971: 10). Pel folklorista nord-americà el folklore es pot definir com a comunicació artística en el sí de petits grups. Defensa que l'atenció no s'ha de centrar únicament en el text –que passa a ser només un dels elements– sinó en el conjunt de factors que fan possible l'acte comunicatiu i que provoca l'aparició del folklore.

Partint de les idees que reflectí el folklorista nord-americà, Pujol teixeix la seva obra teòrica sobre aquesta qüestió. Defineix el folklore com «un tipus especial de comunicació que s'utilitza en determinades situacions difícils, delicades o potencialment conflictives que es produeixen entre persones que estan en contacte directe» (2013: 53). Així, ja entenem quines són les condicions necessàries perquè sigui possible la comunicació folklòrica. Matisem cada una d'aquestes condicions que completen la definició contextualista de folklore.

² Josep Maria Pujol prefereix la denominació «comunitat reduïda» com a traducció del terme *small group*, que utilitzà Dan Ben-Amos per referir-se al grup de dues o més persones en el qual es pot produir la configuració del missatge folklòric.

Pel que fa a la idea que el folklore és un tipus especial de comunicació, Pujol parla del caràcter artístic amb el qual ha d'estar creat el missatge folklòric. Cal tenir en compte que abans que res el folklore és un intercanvi d'informació, ara bé, aquest va més enllà en la forma com transmetre-la. En una situació comunicativa normal no estem pendents de com enunciem el nostre missatge, en canvi, si ens trobam davant una situació conflictiva en què és possible una sortida de caràcter folklòric, la configuració del missatge serà completament diferent i intencionada. Per tant, tots aquells missatges creats amb una funció que no sigui purament informativa són folklore (Pujol: 2013, 54). Accedim a l'art, i és a través d'aquest que ens convertim en productors de folklore. En aquest sentit i per remarcar la diferència entre acte comunicatiu i producte folklòric, Ignasi Roviró que defineix el folklore a partir de les idees de Pujol, parla d'accions estètiques i no pas d'obres estètiques. Així, aplica el concepte d'artisticitat no tan sols a l'artefacte resultant sinó al procés de creació d'aquest, a l'acte voluntari a través del qual s'ha creat un determinat producte folklòric. L'art, com afirma Roviró, pot arribar a modificar la «informació primera» que es volia transmetre per la quantitat de connotacions que aquest hi aporta (1994: 17).

Ja he dit que l'ús del missatge folklòric es produeix amb l'objectiu de superar una situació conflictiva. Sobre aquest aspecte Pujol afirma que aquesta dificultat pot ser de tres tipus. Primer de tot parla dels conflictes d'ordre purament material o social, en aquest cas es tracta dels problemes sorgits en la comunicació a causa de factors físics com pot ser la distància entre emissor i receptor, la qual produeix una certa dificultat a l'hora d'establir una conversa normal. També existeixen conflictes d'ordre immaterial, és a dir, provocats per raons psicològiques com per exemple la diferència d'edat entre productor i destinatari o el fet de voler adquirir un cert poder en el sí d'una conversa. Finalment, existeixen les dificultats d'origen intern, que fan referència als problemes que es pot plantejar un mateix en el transcurs de la vida diària, per exemple la inseguretat que provoca estar en un lloc desconegut (2013: 279). En relació amb aquest tema, Roviró associa les interferències que es produeixen en la interacció social, per les quals a vegades es troba una sortida a través del missatge folklòric, amb la teoria de la informació i de l'acústica (1992: 84).

La idea del grup petit, Pujol la pren de Ben-Amos, el qual afirma que una de les condicions bàsiques per a l'aparició del folklore és la «comunitat reduïda». És a dir, com diu Pujol el folklore es produeix entre dues o més persones que comparteixen com a

mínim un sistema de signes. El petit grup ha de compartir, almenys, un tret com per exemple la llengua o la religió, fet que hi proporciona un determinat grau de cohesió interna i, en conseqüència, una certa consciència social que determina la identitat del grup. Així, es fa possible l'intercanvi d'informació configurada artísticament, amb l'objectiu de superar les situacions complicades que s'hi produeixen. Des del camp de la psicologia s'ha estudiat el concepte de petit grup, tot relacionant-lo amb l'autoconcepte, que fa referència a totes aquelles respostes que contestaríem a partir de la pregunta «qui sóc?». L'autoconcepte format a partir, doncs, de la definició que donam de nosaltres mateixos, afecta directament la forma amb què projectam la informació socialment. Aquest fet es deu a que la forma que pensam de nosaltres mateixos està directament relacionada amb la persona que som davant els altres. Així, doncs, el petit grup està condicionat, en certa manera, per la nostra disposició dins aquest i la visió que tenim nosaltres mateixos (Myers, 2005: 39-51).

Els membres del petit grup del qual he parlat fins ara han d'estar en contacte directe³, com afirma Pujol. Aquí és on recau la importància que es tracti d'un petit grup, perquè des del moment en què un grup és nombrós no és tan evident que els subjectes interactuïn de manera directa. El nombre de membres del grup no està acotat minuciosament, per això, el fet que el contacte entre aquests sigui directe completa el sentit del petit grup. Ara bé, que el contacte hagi de ser directe no implica que els subjectes que interactuen hagin de compartir tant l'espai com el temps. Actualment existeixen múltiples eines com són els ordinadors, les tauletes i els telèfons intel·ligents que ens permeten la comunicació en el si d'un petit grup sense haver de compartir espai i temps (Roviró, 1994:16-18). Pujol afirma que el contacte directe entre els subjectes interactius pot ser fix o ocasional:

Convé remarcar que la base humana del folklore és, exactament, el petit grup de gent que està en contacte directe, de manera fixa (tertúlies, grups de convivència domèstica, laboral o escolar, colles, etc.) o ocasional (desconeguts que coincideixen un breu moment, passatgers en un mateix compartiment de tren, participants en un foc de campament, etc.), no les agrupacions socials més complexes: per aquest motiu el folklore apareix universalment en totes les societats. (2013: 54)

Després de repassar els diferents matisos que completen la resposta a la pregunta que encapçala aquest epígraf, cal destacar que un altre dels aspectes que caracteritzen el

³ És el que Dan Ben-Amos anomenava *face-to-face*.

folklore és la funció terapèutica que aquest pot tenir sobre l'emissor, és a dir, moltes vegades a part de servir per superar una situació difícil, també serveix com a catarsi, com a alliberació de les tensions que experimenta un al seu interior.

En conclusió, el que fa Pujol és situar el concepte de folklore en el terreny de la comunicació interactiva, posant en relleu la situació, el context, en què ha estat creat el producte folklòric, i no aquest producte, aïllat del marc en què ha estat produït. Així, partint de la idea de Pujol, per aquest estudi són cabdals la plataforma i el moment en què va ser enviat el missatge folklòric per entendre quin tipus de folklore es produeix a WhatsApp.

2. Estudi de casos: el folklore *online* nadalenc

2.1 Anàlisi del context cibernètic

A la introducció del treball [v. 1.1] ja he fet referència als gran avanços que han proporcionat les TIC pel que fa a la interacció personal. Els antics programes informàtics s'han convertit en aplicacions, la darrera gran novetat que ens ha aportat la tecnologia. Es poden definir com a programes que es poden descarregar d'Internet i als quals es pot accedir a través d'un telèfon intel·ligent o una tableta. La majoria d'aplicacions són gratuïtes i es poden descarregar de manera senzilla a qualsevol telèfon mòbil o Smartphone⁴. Però l'aplicació que ha canviat completament la comunicació entre persones ha estat WhatsApp Messenger que, des de la seva creació l'any 2009 per part de Jan Koum, ha estat descarregada per milions d'usuaris d'arreu del món i que l'any 2014 va ser comprada per l'empresa Facebook, fet que va suposar la introducció de les videotrucades a l'aplicació.

Es tracta d'un xat que permet converses a temps real amb altres usuaris de la mateixa aplicació, amb possibilitat d'intercanvi il·limitat d'imatges, vídeos, notes d'àudio, *etc.* El gran avantatge de WhatsApp però, a part de poder mantenir converses a temps real, és l'estalvi econòmic que suposa en comparació als antics SMS perquè utilitza el pla de dades contractat per Internet i no suposa un cost addicional per compartir missatges amb els contactes. A part de la possibilitat de mantenir converses privades entre dues persones, aquesta aplicació també permet crear converses grupals. Així, els grups de WhatsApp es creen entre persones que tenen almenys un factor en comú com la llengua, la feina, la nacionalitat... Aquests grups ens remetent a aquell concepte explicat anteriorment [v. 1.3] de comunitat reduïda, del qual en parlava Pujol, en concret aquella que es troba en contacte directe de manera fixa –almenys durant un període de temps determinat– (2013: 68).

D'aquesta manera WhatsApp, amb la facilitat de transmissió d'elements que proporciona, es converteix en una eina perfecta per a la difusió de materials de caràcter folklòric, una difusió que a voltes esdevé viral i que pot arribar a qualsevol lloc del món en un espai de temps molt breu. Per aconseguir l'objectiu marcat en aquest treball he trobat adient seleccionar quatre grups de WhatsApp diferents amb els que, de manera

⁴ Telèfon intel·ligent que permet la connexió a Internet, la gestió del correu electrònic i la descàrrega d'aplicacions.

directa –essent un dels membres– o no, hi tenc una certa relació. A continuació oferesc una breu descripció de cada grup, amb el mateix ordre en què apareixen a l’epígraf número tres, tot explicant els aspectes que poden ser rellevants pel seu estudi.

El primer grup té com a nom B1 Band, nom que fa referència al número de brigada de l’IBANAT⁵ a què pertanyen. Per tant, en aquest cas seria la feina el tret definidor que uneix els sis membres que formen aquest grup, els quals tots són homes. En aquest grup hi he documentat tretze mostres, que hi apareixen entre dia 16 de desembre del 2015 i dia 6 de gener del 2016.

El segon grup és Barramots, nom creat a partir d’una anècdota protagonitzada pels integrants del grup, joves de entre 22 i 27 anys, tots ells de Mancor. A Mallorca, quan algú xerra malament, sense cortesia, es diu que xerra amb “barram”, i un dels trets que caracteritza aquest grup és precisament aquesta manera de xerrar, per això es va decidir que es diria “Barramots”. La relació entre aquests és bàsicament d’amistat, encara que hi ha alguns casos de relacions familiars per la reduïda població de Mancor. Es tracta d’un grup mixt, en què la majoria d’integrants del grup són dones (dotze), comparat amb el nombre d’homes (quatre). En aquest grup hi he recol·lectat devuit ítems, enviats entre el 20 de desembre de 2015 i el 7 de gener de 2016.

El tercer grup que apareix en aquest estudi té com a nom Lluc, nom que identifica el fill d’un dels membres d’aquest grup, el més petit i que des del seu naixement ha estat el nexa d’unió entre els integrants del grup. En aquest cas, aquest grup està format tant per homes (cinc) com per dones (sis), i es caracteritza per integrar dues generacions de la mateixa família. Així, el vincle que uneix aquests membres és la família. En aquest grup he recollit quatre mostres, enviades entre el 23 de desembre de 2015 i el 6 de gener de 2016.

El quart grup du el títol Precioses, un grup format únicament per dones. El formen un grup de dotze adolescents de Mancor i Inca, que mantenen un vincle d’amistat. En aquest cas he documentat quatre mostres que varen ser enviades a aquest grup entre els dies 16 i 31 de desembre de 2015.

⁵ L’Institut Balear de la Natura és una empresa pública dedicada a la prevenció i l’extinció d’incendis forestals, la gestió forestal i la gestió i conservació dels espais naturals protegits, les finques públiques, les àrees recreatives, els refugis i les zones d’acampada de les Illes Balears.

Cada un d'aquests grups representa un context diferent, amb unes característiques especials que condicionen les diverses situacions comunicatives que s'hi produeixen. Per això, en funció del grup que s'estudiï, es documenten uns ítems o uns altres, però amb uns trets comuns només pel fet d'haver estat recollits en el mateix espai cibernètic i durant el mateix període de temps.

Per acabar de descriure el context en què he duit a terme aquest treball cal fer referència als gèneres més habituals en aquest entorn. El que passa amb WhatsApp és que no admet els gèneres estrictament narratius com les llegendes i les rondalles amb la forma en què s'han presentat tradicionalment, encara que en poden agafar la seva estructura o les formes d'inici i de tancament que directament ens hi remetien. El gènere més funcional en aquest marc són els que es caracteritzen per la brevetat i la senzillesa, i que es poden presentar de forma visual, com per exemple a través d'imatges. Per damunt dels altres el gènere més vigent en aquesta aplicació és l'acudit, presentat amb un nombre infinit de formes: text narratiu, pregunta – resposta, microrelats, d'una sola frase, de codi mixt... Els més freqüents són els acudits de codi mixt, en què apareixen dibuixos animats completats amb subtítols que s'atribueixen als personatges dibuixats (comentaris de les accions o com a títols). És en aquestes línies pronunciades pels personatges que recau l'humor de l'acudit, i la imatge s'utilitza amb l'objectiu de donar la informació necessària –espai, temps i personatges– per entendre el missatge humorístic de la narració. Així, l'humor en aquest tipus d'acudits es crea a partir de la unió de text i imatge (Attardo & Chabanne 1992).

Altres gèneres que també funcionen en aquesta plataforma són les paròdies, les cadenes, els jocs de paraules i els mems. Limor Shifman, professora associada al Departament de Comunicació i Periodisme a la Universitat Hebrea de Jerusalem, va publicar l'any 2013 *Memes in Digital Culture*, un estudi sobre els mems d'Internet, un gènere digital que durant els darrers anys ha agafat molta força a les xarxes socials i a plataformes com WhatsApp. L'autora defineix el mem com un conjunt d'elements digitals que comparteixen un seguit de característiques com el contingut i la forma, els quals són creats a partir del coneixement dels altres i que han estat distribuïts per Internet a través de la imitació i la transformació d'algun dels seus aspectes. Es tracta d'imatges i vídeos que s'han convertit en fenòmens virals a la xarxa, i s'han anat propagant a través de les cultures amb un seguit de canvis, sobretot en el text, però conservant sempre el tret que el va fer famós (Shifman, 2013). Un dels aspectes que caracteritza els mems és que

s'usen repetidament durant un període de temps, però que després passen de moda i es substitueixen per altres.

Un exemple de mem que s'ha convertit en un fenomen viral en el nostre entorn és una imatge de l'època daurada (finals dels anys setanta i principis del vuitanta) del conegut cantant espanyol Julio Iglesias en què aquest senyala al receptor del missatge. Aquesta imatge sempre va acompanyada d'un text, el final del qual sempre es repeteix: «Y lo sabes», i que altera el significat de la imatge quasi sempre amb un propòsit sarcàstic o humorístic. Aquests mems s'han convertit en virals a partir de la gran quantitat de mites i llegendes urbanes que giren entorn la vida del cantant, bàsicament relacionats amb la seva desorbitada vida sexual. Concretament fan referència a unes suposades declaracions del cantant en què afirmava haver tengut relacions sexuals amb més de tres mil dones. Així, a partir d'aquesta imatge i aquest breu text, el mem s'ha adaptat a una multitud de situacions adaptant-ne part del contingut.

Segons Roviró, existeixen tres tipus de comunicació folklòrica –de recurs, de creació i mixta–, una classificació que cal tenir en compte a l'hora d'estudiar els materials documentats. La comunicació folklòrica de recurs és aquella que utilitza els materials procedents de l'arxivística folklòrica, és a dir, no són creats per l'emissor del missatge sinó que agafa un element creat anteriorment per utilitzar-lo com a recurs en una situació comunicativa determinada, la qual ha de complir tots els requisits [v. 1.3] perquè sigui considerada folklore. La comunicació folklòrica de creació engloba aquells ítems d'elaboració pròpia per part de l'emissor. I finalment, la comunicació folklòrica mixta és la que combina les dues categories anteriors (1994: 14-15).

2.2 Constitució i presentació del corpus

Per classificar els trenta-set elements –documentats entre el 16 de desembre de 2015 i el 7 de gener de 2016– que estudiï he optat per establir un criteri bàsicament cronològic. En el moment de dur a terme la recollida, em vaig témer que tant abans de les festes com després hi apareixien ítems que estaven relacionats amb aquestes festes, per això vaig decidir allargar el període de documentació. Així, he establert quatre franges de dates que engloben els ítems temàticament, les quals es presentaré enumerades amb i amb l'ordre següent: abans de Nadal, Nadal, Cap d'Any i Reis i després de festes. A “abans de

Nadal” hi apareixen els elements enviats entre el 16 i el 23 de desembre de 2015, la majoria dels quals tracten temes relacionats amb l’inici de festes, i el Sorteig de Loteria de Nadal. L’apartat de “Nadal” inclou les mostres enviades entre dia 24 i 25 de desembre de 2015, i la temàtica que tracten està vinculada majoritàriament als sopars i dinars familiars que es celebren durant aquests dies i la felicitació de les festes de Nadal. La secció “Cap d’Any” engloba tots els materials documentats des del 26 de desembre de 2015 fins el 3 de gener del 2016, i en aquests, es tracta majoritàriament la nit de Cap d’Any, sobretot els excessos que es produeixen durant la festa d’aquest vespre, encara que també hi apareix reflectit tot allò que comporta l’inici d’un any nou. Finalment en el capítol “Reis i després de festes” hi ha els ítems enviats entre el 4 i el 7 de gener de 2016, la gran majoria d’aquests tenen com a tema principal els Reis Mags i les conseqüències de les festes.

Dins cada epígraf els ítems hi estan distribuïts pel grup de WhatsApp a què pertanyen –B1 Band, Barramots, Precioses, Lluc–, sempre seguint aquest ordre i organitzats amb una lletra minúscula davant. Dins cada un dels grups les mostres estan organitzades de més antiga a més recent, és a dir, per ordre cronològic d’aparició en el grup. Així, hi apareixen numerades correlativament amb una xifra àrabica entre claudàtors, seguidament es presenta la data en què va ser enviada la mostra al grup de WhatsApp juntament amb el nom i el primer llinatge del membre que la va enviar. Finalment he adjuntat la imatge i el comentari que hi he fet, o bé per explicar alguns aspectes amb certa dificultat de comprensió per part d’individus externs al grup o bé per exposar qualche aspecte folklòric rellevant per a la investigació. En els comentaris també s’inclou la classificació genèrica de les mostres, la gran majoria respon a l’estructura pròpia dels acudits, encara que també hi apareixen cadenes, paròdies i jocs de paraules. En alguns casos m’he trobat davant mostres que no he sabut adscriure de manera adequada a cap gènere.

3. El corpus i els comentaris

A. Abans de Nadal

a. B1 BAND

[1] 23/12/15, Pep Lluís Navarro.

Loterias y Apuestas del Estado devolverá el 50% (10€) de cada décimo no premiado que se entregue en la Administración mas cercana entre el 22 y el 28 de Diciembre de 2015, por un grave error en el sorteo al no incluir 3.000 números en el bombo.

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/79/ce/0a/79ce0a3b5ec6a1358791ce9fb220e217.gif>

01:23 P.M.



Podem classificar aquest ítem, segons el criteri formal, com una falsa notícia. És un missatge fals que es va convertir en viral el dia després del sorteig de la Loteria de Nadal que es celebra dia 22 de desembre. El missatge, construït en clau humorística, està escrit en castellà, i s’hi informa d’una errada en el sorteig, la falta de 3.000 números dins el bombo d’on es treuen els premis durant aquest sorteig. Cosa increïble atès que durant el procés d’introducció de les bolles dins el bombo es passen diversos controls tècnics i humans, a banda de les múltiples càmeres de televisió que enregistren aquest moment. Per altra banda s’afirma que “Loterias y Apuestas del Estado” tornarà a tots els dècims no premiats el 50% del seu cost, és a dir, 10€. Aquest missatge va acompanyat d’un enllaç on el receptor, possiblement un dels afectats per aquesta errada, suposa que hi trobarà més informació relacionada amb aquesta notícia. En canvi el que troba és una imatge de l’actor estatunidenc Jack Nicholson on apareix amb el puny clos i el dit del cor estès. Aquesta imatge és allò que dóna a aquest ítem el sentit humorístic i fa que el receptor entengui que es tracta d’una broma.

b. BARRAMOTS

[2] 20/12/15, Victòria Martorell.

Per la present, vos informam que a partir d'avui estarem absents descansant i tornarem amb vosaltres el 7 de gener de 2016. Vos desitjam **Bones Festes** i el millor per a vosaltres i les vostres famílies al llarg del proper any 2016!!!!

ATENTAMENT,
Enciam, Pa Integral, Verdura, Fruita,
Llet Desnatada, Peix, Cogombre, Api,
Col i logurt



Addenda:

En la nostra absència, vos atendran amb gran plaer ...

Filet, Llagostins, Mantega, Salses,
Xai, Galetes, Torrons, Polvorons i sense dubte Copeta de Vi, Gotet de Cervesa, Anís del Mono, Cava, Licors Variats, Gin Tonic



Gràcies per la vostra atenció.

BON NADAL!!!

Avui comença l'operació "a la merda 🍌 el bikini 🍑"

22:14

Les festes de Nadal es caracteritzen per la gran ingesta d'aliments, aliments succulents i amb alt nivell calòric, a dinars i sopars siguin familiars, d'empresa o una simple reunió d'amics. És precisament aquest tema que tracta aquest ítem, és una mena de missatge per avisar els membres del grup que ja arriba aquest moment. És com si les verdures s'adrecessin als membres del grup, parlen en primera persona avisant que estan a punt de sortir del grup, pel fet que durant aquestes festes es menja de tot menys, precisament, verdures. Per tant, aquestes afirmen que estaran absents, descansant, i que dia 7 de gener, el dia que acaben les festes de nadal, tornaran a la vida normal. Al final d'aquest ítem, les verdures informen que, durant aquest període, ocuparan el seu lloc un seguit conjunt d'aliments que es caracteritzen precisament per ser molt més calòrics. Es tracta d'una paròdia dels missatges que pengen els establiments durant aquestes festes els locals per informar als clients del tancament temporal del local. Per tant, aquesta paròdia pretén posar en evidència, a través de l'humor i la ironia, el fet que durant aquestes festes la

majoria de gent no cuida la seva alimentació tant per la quantitat com per la tipologia d'aquests aliments.

[3] 22/12/15, Joana Aina Bestard.



En el marc de les festes de Nadal, un dels esdeveniments que marquen l'arribada d'aquesta festivitat és el sorteig de Loteria de Nadal. Aquest exemple té com a tema principal aquest sorteig, que es celebra dia 22 de desembre i es retransmet en directe per la televisió pública estatal. Quant a la classificació formal d'aquest ítem podem afirmar que es tracta, per una banda d'una cadena perquè a la part inferior s'indica «comparte este décimo», i per altra banda d'una paròdia dels dècims de nadal pel fet que s'utilitza la imatge i la tipografia típiques d'un dècim de Loteria per enviar un missatge diferent, però alhora amb certa relació amb el contingut temàtic. Cada dècim té el seu número, però en aquest cas, utilitzant la mateixa tipografia, s'han substituït els nombres per lletres, lletres que formen la paraula: «SALUD». Tot això amb l'objectiu de posar en relleu el fet que durant aquest dia la gent pensa amb el gran premi econòmic que podria obtenir jugant a la loteria i totes les coses que es podrien fer amb aquest, oblidant que tanmateix el premi no s'aprofita si no es té salut. Per això, amb aquest missatge es desitja salut per tots aquells que el reben.

c. PRECIOSES

[4] 16/12/15, Maria Martorell.



Dia 16 de desembre de 2015, un dia abans de ser enviat aquest missatge, el president del Govern espanyol i candidat del Partit Popular Mariano Rajoy va ser agredit per un jove durant un acte electoral a Pontevedra, quan faltaven quatre dies per les eleccions estatals del 20D. El president va rebre diversos cops a la cara i, un d'aquests va provocar que perdés les ulleres. Aquest fet va originar un gran nombre de missatges humorístics a les xarxes socials, aquest acudit n'és un exemple. A la imatge podem veure el Pare Nadal col·locant els regals davall l'arbre de Nadal, per tant és el text que dona el caràcter humorístic a aquest missatge, atès que fa referència al moment en què Rajoy va perdre les ulleres a causa d'un cop del seu agressor.

d. LLUC

[5] 23/12/15, Llorenç Comas.



Aquest acudit va ser enviat un dia després del sorteig de Loteria de Nadal que es celebra dia 22 de desembre. A la imatge hi apareix un infant fent un badall, cosa que ens remet al

fet d'estar avorrit. És un acudit de codi mixt perquè la seva funcionalitat depèn de la unió d'imatge i text. La imatge, si aparegués sola no tendria humor, però des del moment en què a aquesta se li afegeix el text –parlament que s'atribueix al personatge que apareix a la foto– canvia completament de sentit i s'hi afegeix el caràcter humorístic de l'acudit. A través de l'humor es vol transmetre la idea que amb aquest sorteig en perspectiva són pocs els que en surten beneficiats i allò que fan els altres mentre veuen el sorteig és avorrir-se. Per tant amb aquest acudit s'observa que és a través de la unió de text i imatge que s'aconsegueix la funcionalitat plena d'aquest ítem.

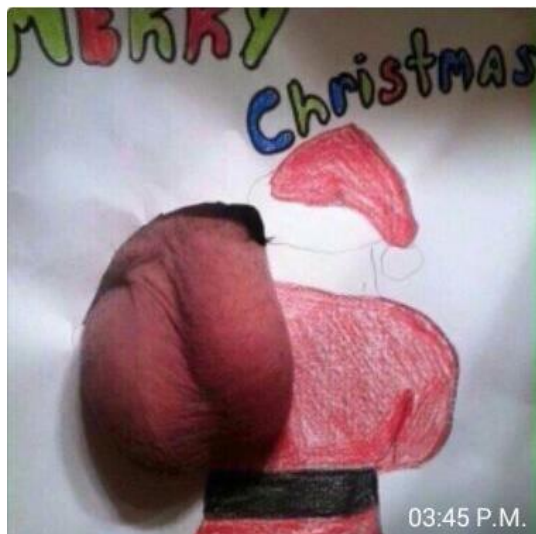
[6] 23/12/15, Marc Quetglas.

Vegeu el comentari de l'ítem [1].

B. Nadal

a. B1 BAND

[7] 24/12/15, Joan Ros.



Es tracta d'una paròdia de les típiques postals infantils que dibuixen els infants, per exemple a l'escola, amb l'objectiu de felicitar les famílies per a les festes de nadal. Aquestes postals solen tenir com a protagonistes els Reis Mags d'Orient, un avet decorat amb un gran nombre de bolles o, com en aquest cas, el Pare Nadal. Per tant aquest ítem és una imitació irònica d'aquestes postals, perquè en ella hi veiem dibuixat el Pare Nadal amb llapis de colors. Un dibuix al qual no li manca detall, però allà on recau la part burlesca del dibuix és que allà on hi hauria d'haver el sac que sempre du el Pare Nadal, un sac ple de regals i il·lusió per a tots els que s'han portat bé durant tot l'any, hi ha uns

testicles. Uns testicles que estan completament fora de lloc, però aquí de manera intencionada, com el mateix Pare Nadal dins la nostra tradició.

[8] 24/12/15, Pau Fernández.



L'arribada de l'any nou és sempre un moment de reflexió, una aturada per avaluar amb perspectiva l'any que es deixa enrere, però alhora per marcar objectius per l'any nou. Per plasmar aquest moment que tots en qualque moment hem viscut, en aquest ítem s'ha utilitzat una imatge on hi ha un indicador de la GR 221. Els Grans Recorreguts (GR) són rutes de més de quilòmetres que formen part d'una xarxa europea de camins. La GR 221 és la que recorre la Ruta de Pedra en Sec, que travessa la Serra de Tramuntana de punta a punta. Els indicadors de les Grans Rutes sempre tenen el mateix format, i en elles es senyalitzen els diferents itineraris amb el temps de durada. En aquest exemple s'han substituït els noms dels diferents camins per posar al seu lloc referències relacionades amb el canvi d'any, cap a la dreta 2015 i cap a l'esquerra 2016. Tot això amb l'objectiu de posar èmfasi en tot allò que es deixa enrere quan s'inicia un any i tots els projectes i propòsits per aquest. Pel que fa al criteri formal, aquest ítem es pot classificar com un joc de paraules que utilitza la mateixa tipografia dels indicadors dels GR.

b. BARRAMOTS

[9] 24/12/15, Victòria Martorell.



Un filòleg mor cada vegada que algú diu 'nit bona' i 'nit vella'

Filòlegs sense fronteres ha presentat avui la seva campanya “un nadal sense barbarismes” amb l’objectiu de lluitar contra aquelles expressions relacionades amb el nadal que amb el pas dels anys s’han fet més i més populars. Exemples d’aquetes expressions són “nit bona” per dir nit de nadal, “nit vella” per cap d’any o “els nadals” enlloc del senzill i correcte Nadal. Segons explica Miquel Morey, el director de l’associació, es tracta d’una situació de violència social cap al seu gremi que està causant milers de morts així com centenars de lesions cerebrals irreversibles i malalties psicològiques severes. L’ong ha posat en marxa una campanya de recollida de fons durant el mes de desembre per fer front a la situació crítica dels filòlegs que, segons ha explicat Morey, no es dóna només per Nadal. “Necessitam l’ajuda de tots, es tracta d’una situació d’emergència humanitària molt greu. Estem perdent efectius en tots els territoris de parla catalana a causa dels barbarismes i la situació segurament s’agreuja amb el nou govern espanyol. Qualsevol contribució o donació serà ben rebuda” ha explicat amb tristesa Morey.

Aquest element es va enviar en format d’imatge, concretament és una captura de pantalla feta d’un article de la pàgina d’Internet “Foc i fum”. Es tracta d’una pàgina on es publiquen articles que expliquen notícies amb clau humorística. El títol de l’article és el

següent: «Un filòleg mor cada vegada que algú diu nit bona i nit vella». En el context dialectal de les Illes, és molt freqüent l'ús de barbarismes, i en el marc de les festes de nadal, se'n produeixen alguns que s'han fet força populars com és el cas de “nit bona” i “nit vella”. En aquest article s'exposa que una associació anomenada “Filòlegs sense fronteres”, durant les festes de Nadal ha iniciat una campanya en contra dels barbarismes. En un moment determinat es citen les paraules del suposat director de l'associació on afirma, com si es tractés d'una epidèmia, que “aquesta situació de violència social” està causant molts problemes, fins i tot la mort d'alguns membres del seu col·lectiu. Per això aquesta associació reclamen a la societat balear que es tingui cura amb els barbarismes, els quals poden afectar-la negativament. Aquest text, a través de l'humor i la ironia, pretén posar en evidència un dels grans dificultats que té la llengua catalana, la poca consciència lingüística per part dels parlants, que utilitzen formes pròpies de la llengua castellana, sense valor en valor perjudicial que té aquest fet cap al català. Encara que aquest ítem no pugui ser inclòs dins cap gènere concret, respon a una estructura prefixada amb una llarga tradició dins la comunicació folklòrica.

[10] 24/12/15, Joana Aina Bestard.



Podem definir aquest element com una paròdia. A la imatge hi apareixen text i imatge, i ambdós tenen certa importància alhora d'entendre el missatge que es vol transmetre. Per una banda a la imatge s'observa una taula parada de dimensions força grans, plena de menjar de tot tipus i amb una sola persona asseguda, una dona major. Per altra banda, el text que està adjuntat a la imatge és el següent: «Sa meva padrina ja té el sopar llest per avui vespre». Amb el text ja s'entén perfectament la imatge de la taula plena de menjar, i és que en el marc de les festes de Nadal sovint les famílies es reuneixen al voltant de la taula per compartir aquestes dates amb les persones més estimades. Moltes vegades són les padrines les encarregades d'organitzar aquests esdeveniments i de cuinar els millors

plats per la seva família. I aquestes menjades que organitzen les padrines sovint es caracteritzen per l'abundància de menjar, per això la imatge de la taula plena a vessar de tot tipus d'aliments. Aquest missatge funciona en un grup com aquest perquè la majoria de membres, gent jove d'entre 20 i 30 anys, té padrines que els preparen dinars i sopars d'aquest tipus.

[11] 24/12/15, Joana Aina Bestard.

Que diciembre esté lleno de felicidad
y recordad siempre aquel proverbio
chino que dice:

腫 檣 琴 執 執 瑩 洞 牡 模 砦 執 執 猥 洞 牡 模
 敬 瑞 瀾 緄 腫 李 執 猥 坎 檢 祉 稍 羨 潤 渾 咛
 咚 咚 慢 正 牧 峻 擊 楠 愁 敲 敷 止 瑩 札 備 櫛
 溪 榻 敲 牡 氫 皖 4 猪 敬 瑞 戩 瑯 猪 牦 浯 猪
 挽 挽 挽 戾 檢 祉 稍 羨 浩 条 睦 扌 楨 bn 榻 敲
 牡 札 備 櫛 溪 猪 咛 咛 擊 散 散 戾 檢 祉 稍
 羨 浩 条 涯 穉 氣 渾 慥 牧 概 敦 璫 琨 灯 挽 挽
 挽 慢 正 牧 峻 擊 楠 愁 敲 獺 氣 渾 慥 牧 概 敦
 璫 琨 灯 挽 挽 挽 慢 正 牧 峻 擊 楠 愁 敲 榻 敲
 牡 札 散 散 汨 整 柚 杯 摩 愁 敲 膊 馮 哲 牯 齋
 切 獺 景 牧 概 敦 璫 獯 愒 瑤 涪 渾 卽 祗 咛 咛
 咛 擊 涪 渾 卽 祗 擊 散 散 漢 漸 枋 砦 狹 泐 摩
 龔 獺 汰 崇 卍 渾 正 潭 漢 漸 枋 爭 概 眈 激 泔
 戴 牯 敷 備 櫛 獵 砦 敷 止 瑩 戴 牯 敷 備 櫛 獵
 砦 戾 牯 敷 備 櫛 獵 砦 執 猥 辜 獺 汰 崇 卍
 渾 正 戴 獺 瑩 漢 敲 僅 梃 嗽 執 猥 辜 筮 櫛 勾 僅
 僅 渾 榻 敲 戴 渾 正 謬 嗽 睨 渾 腫 檣 琴 執 執
 瑩 洞 牡 模 砦 執 執 猥 洞 牡 模 敬 瑞 瀾 緄 腫
 李 執 猥 坎 檢 祉 稍 羨 潤 渾 咛 咛 咛 慢 正 牧
 峻 擊 楠 愁 敲 敷 止 瑩 札 備 櫛 溪 榻 敲 牡 氫

執 猥 洞 牡 模 敬 瑞 瀾 緄 腫 李 執 猥 坎 檢 祉
 稍 羨 潤 渾 咛 咛 咛 慢 正 牧 峻 擊 楠 愁 敲 敷
 止 瑩 札 備 櫛 溪 榻 敲 牡 氫 皖 4 猪 敬 瑞 戩
 瑯 猪 牦 浯 猪 挽 挽 挽 戾 檢 祉 稍 狹 泐 摩 龔
 獺 汰 崇 卍 渾 正 潭 漢 漸 枋 爭 概 眈 激 泔
 戴 牯 敷 備 櫛 獵 砦 敷 止 瑩 戴 牯 敷 備 櫛 獵
 砦 戾 牯 敷 備 櫛 獵 砦 執 猥 辜 獺 汰 崇 卍 渾
 正 戴 獺 瑩 漢 敲 僅 梃 嗽 執 猥 辜 筮 櫛 勾 僅
 渾 榻 敲 戴 渾 腫 檣 琴 執 執 瑩 洞 牡 模 砦 執
 執 猥 洞 牡 模 敬 瑞 瀾 緄 腫 李 執 猥 坎 檢 祉
 稍 羨 潤 渾 咛 咛 咛 慢 正 牧 峻 擊 楠 愁 敲 敷
 止 牦 浯 猪 挽 挽 挽 戾 檢 祉 稍 羨 浩 条 睦 扌
 楨 榻 敲 牡 札 備 櫛 溪 猪 咛 咛 擊 散 散 戾
 檢 祉 稍 羨 浩 条 涯 穉 氣 渾 慥 牧 概 敦 璫 琨

即祗眈眈擊涓渾即祗擊散散 漢漸枋
峇狹汰摩龕獺汰柴杷渾正潭漢 漸枋爭
擬睨 激潏戴牯黠懣獵峇敷止瑩戴牯
黠懣獵 峇戾牯黠懣獵峇執環辜慘
獺汰柴杷渾 正戴 獺瑩潏敲 僅梯嗽執環
辜筮懣勾僅涓榻敲戴渾 正濇嗽睨渾腫
檣琴執b 執瑩洞牡模峇執環 洞 牡模
敬 瑞瀾視腫空執環

Yo casi lloro donde dice: 沘醫改 沘醫
改.... y uno quejándose por
tonterías... FELICES FIESTAS Y
FELIZ NAVIDAD!!!



20:37

Es pot classificar, pel que fa al criteri formal, com una paròdia de les felicitacions típiques de Nadal. El tema que tracta és la felicitació de les festes de Nadal. Per transmetre aquest missatge, s'ha recorregut al xinès per fer-ho, una llengua que la gran majoria de parlants de català i castellà no entenen per les diferències en ortografia, per exemple que existeixen entre aquestes llengües i el xinès, atès que aquest missatge va adreçat a un receptor no xinès. Amb una càrrega significativa d'ironia, s'escriu un missatge amb lletres xineses, com si es narrés un proverbi, i al final, escrit en castellà, l'emissor mateix fa referència a un moment determinat de la història contada en xinès, quan òbviament aquesta persona tampoc entén aquesta llengua. És aquí on hi apareix l'humor, perquè es posa en evidència el desconeixement d'aquesta llengua tant per part de l'emissor i com per part del receptor.

c. PRECIOSES

Entre els dies 24 i 25 de desembre de 2015 en aquest grup no he documentat cap mostra.

d. LLUC

[12] 27/12/15, Victòria Martorell.

Vegeu el comentari de l'ítem [9].

C. Cap d'Any

a. B1 BAND

[13] 28/12/15, Guillem Mora.



Podem definir aquest element formalment com un mem que combina text i imatge. La imatge utilitzada té com a protagonista el “negre del WhatsApp”, un fenomen viral sobre el qual s’ha generat una gran quantitat de mems, tot això per la mida del seu penis. La imatge que apareix en aquest exemple és la mateixa que s’ha utilitzat en tots els altres mems que tenen com a protagonista aquest individu, per això l’he considerat un mem. Durant el darrer any aquest personatge ha circulat per les xarxes i ha protagonitzat, de qualque manera, els moments i esdeveniments més importants de l’any, d’aquí ve la creació d’aquest acudit. Aquest personatge no podia faltar en un moment tan important, per això ell, segons aquesta imatge, serà l’encarregat de posar punt i final a l’any 2015 i donarà entrada al pròxim. A la part superior de la imatge hi ha una campana, dins la qual en lloc d’haver-hi el batall hi ha el membre fàl·lic del personatge en qüestió. A la part inferior hi veiem “el negre del WhatsApp” que estira la corda per poder tocar les campanades. El text afirma el que ja s’observa a través de la imatge: «Este año, yo doy las campanadas». Com ha passat en altres ocasions, ell havia de ser el protagonista d’un moment tan especial com és l’arribada de l’any nou. Un exemple d’aquests moments importants en què ha aparegut aquest personatge és a “El despertar de la força”, la setena entrega de la saga *Star Wars* que es va estrenar el mes de desembre de 2015 i que va

suposar un gran fenomen de masses. A la imatge hi apareixen els protagonistes de la pel·lícula i “el negre del WhatsApp” al centre amb el seu membre fàl·lic il·luminat com si fos aquesta la força a la que es fa referència en el títol de la pel·lícula.



[14] 29/12/15, Guillem Mora.



L'ítem respon a l'estructura de l'acudit que encaixa perfectament amb la temàtica de la nit de cap d'any, i que fa referència a la gran quantitat d'alcohol que consumeix la gent dins el període de les festes de nadal, però sobretot a la nit de cap d'any. La llengua utilitzada és el castellà. Està escrit en primera persona, el narrador o protagonista afirma haver anat a “Alcohólicos Anónimos” i en arribar allà no haver trobat cap anònim, sinó que tots eren coneguts. Per això tots partiren a celebrar la trobada, i sense que sigui explícit, és obvi on anaren a celebrar aquest fet. Es tracta d'un acudit tendenciós, amb el què determinades persones s'hi poden sentir identificades, en aquest cas la majoria de joves que consumeixen alcohol.

[15] 29/12/15, Guillem Mora.



Aquest ítem fa referència a la gran quantitat d'hores que es passa a taula durant aquestes festes. Es tracta d'un acudit de codi mixt on tant text com imatge tenen una gran importància. En aquest cas la imatge ja remet a un lloc molt conegut de la cultura, el Jardí de l'Edèn, lloc que surt representat a la Bíblia. Hi apareixen dues figures humanes, Adam i Eva, els únics personatges que habitaven en aquest espai segons el text bíblic. Eva menja una poma, fet que la portarà a cometre el Pecat Original. Adam hi apareix il·lustrat amb un cos esvelt i voluptuós, en canvi Eva surt grassa i ventruda. Per aquest fet, Adam s'adreça a Eva per dir-li que està menjant massa, i ella li contesta amb una pregunta. Li demana a veure que farà ell, a veure si en cercarà una altra. Aquesta conversa no es pot entendre si es desconeix la història que es narra a la Bíblia, on s'explica que aquests dos personatges són els primers que va crear Déu i que estaven sols al Jardí de l'Edèn, per això Eva li respon d'aquesta manera, perquè sap que tanmateix ella és l'única dona que hi ha i que no en trobarà cap altra millor. Per tant, la funcionalitat d'aquest ítem depèn en gran part del bagatge cultural del receptor.

[16] 29/12/15, Pep Lluís Navarro.



Aquest ítem és un joc de paraules, que aprofita la semblança fonètica que hi ha entre les paraules utilitzades, però el seu significat també funciona si són substituïdes una per l'altra. Amb l'objectiu de desitjar un pròsper any nou normalment la gent ho fa dient: «Feliç dos mil setze», però en aquest cas s'ha substituït «setze» per «sexe», perquè totes dues paraules contenen sons africats, un sonor i un sord respectivament, sons que són molt similars. Quant al contingut temàtic d'aquest ítem en podem destacar el contingut eròtic, atès que a través d'aquest es desitja un bon any pel que fa al sexe.

[17] 31/12/15, Guillem Mora.



Pel que fa al criteri formal que aquest exemple és un acudit de codi mixt on hi conjuguen a parts iguals text i imatge. La imatge permet posar en context el receptor per tal d'entendre qui és l'emissor del missatge que es transmet. És una fotografia de Stevie Wonder, famós cantant i compositor estatunidenc, on apareix l'artista amb ulleres de sol, atès que pateix de ceguesa. En aquest cas és el text, «Chicos! Si no os veo feliz año», el que aporta al mem l'humor, està fet completament a consciència. Té relació amb la imatge precisament perquè aquesta persona és incapaç de veure res, per això des d'un primer moment ja felicita l'arribada del nou any, perquè sap que no veurà ningú. Per tant, per entendre el missatge que es vol transmetre amb aquest mem per tant, és necessari conèixer el personatge de la fotografia, és necessari saber que és cec. Si no, la comunicació folklòrica no és possible.

[18] 31/12/15, Pau Fernández.



Pel que fa al criteri formal d'aquest ítem podem afirmar que es tracta d'un joc de paraules, a causa de la semblança entre el missatge que es vol transmetre i el nom d'una coneguda saga cinematogràfica. Quant al criteri temàtic tracta la nit de Cap d'Any amb tot el que comporta una nit com aquesta plena d'excessos, com per exemple d'alcohol. «Hoy toca star pedo» és el missatge que es transmet en aquest ítem, un missatge que a primera vista pot parèixer buit de contingut folklòric. És en el disseny gràfic que s'ha utilitzat on s'observa que sí que conté una certa artísticitat. A partir de la semblança entre el verb estar amb el títol de la pel·lícula *Star Wars* s'ha utilitzat la mateixa tipografia del títol d'aquesta pel·lícula per escriure aquest missatge. Per entendre aquest ítem per tant, és indispensable reconèixer la tipografia usada i conèixer el títol de la pel·lícula.

[19] 31/12/15, Guillem Mora.



El següent ítem és un acudit que tracta els excessos d'alcohol que caracteritzen la nit de Cap d'Any. A la imatge hi ha el dibuix d'un agent de la Guàrdia Civil, el qual es presenta com a emissor del missatge que es transmet. Per entendre el text és important conèixer una nadala molt coneguda a nivell espanyol titulada "Peces en el río". Una estrofa d'aquesta nadala diu així:

Pero mira cómo beben los peces en el río,
Pero mira cómo beben por ver al Dios nacido.
Beben y beben y vuelven a beber,
Los peces en el río por ver a Dios nacer.

Aprofitant que en un moment determinat en aquesta nadala es fa referència al fet de beure (referint-se als peixos del riu), s'ha adaptat la lletra com per relacionar-la amb la gran quantitat d'alcohol que es consumeix aquest vespre. Tots aquells que no siguin peixos però beguin perdran punts del seu permís de conduir, això és el missatge que es vol transmetre. En aquest cas també és necessari conèixer aquesta nadala per entendre el significat del missatge, així com també el reglament de la Guàrdia Civil en referència a la consumició d'alcohol.

[20] 1/01/16, Pep Lluís Bordoi.



En aquest mem el protagonista és el fenomen viral del “negre del WhatsApp”, ja explicat anteriorment, el qual ens dona la benvinguda al nou any i ens desitja la felicitat per aquest. Es tracta de la mateixa imatge del personatge en qüestió, i únicament s’ha modificat el text perquè en aquest cas és un altre missatge que es vol transmetre. El text del mem és simple: «Feliz 2016», un text que sense la imatge no té cap rellevància però que juntament amb aquesta agafa un sentit completament diferent i amb una certa càrrega humorística. El podem considerar un missatge folklòric perquè en realitat tots els membres del grup coneixen aquest personatge, i en un moment tan important com aquest, on tothom és desitja un bon any nou, no hi podia faltar. Com ja he explicat, allò que realment va fer famós aquest personatge és el seu membre fàl·lic, per això s’ha substituït el número 1 de 2016 pel membre fàl·lic d’aquest personatge.

b. BARRAMOTS

[21] 26/12/15, Fina Pou.



Pel que fa al criteri formal podem classificar aquest ítem com un acudit. Aquest element ha estat creat a partir d'una obra d'art, "La creació d'Adam". Es tracta d'un fresc situat al sostre de la Capella Sixtina (Ciutat del Vaticà, Roma) pintat per Miquel Àngel Buonarroti aproximadament l'any 1511. En aquest fresc es representa l'episodi bíblic del Gènesi en què Déu donà vida a Adam, el primer home de la Terra. A la imatge s'observa una part d'aquesta pintura, únicament s'ha seleccionat la part on apareix Déu que ajunta el seu dit amb el d'Adam, mentre li dona la vida. Però en aquest cas, la imatge s'ha transformat i s'ha substituït Adam per un globus terraquí amb un botó on hi ha escrita la paraula «Reset». Per tant, la imatge queda com si Déu premés el botó. Aquest missatge té sentit en el marc de les festes de Nadal, puix que es tracta de molts dies de festa seguits i la gent té la necessitat de tenir uns dies de descans.

[22] 28/12/15, Caterina Coll.

Gente me voy a salir del grupo,
cualquier cosa teneis mi número.... el
cariño y el respeto continúan igual,
ok?. El tema es que siento que este
grupo no tiene nada que ver con mi
forma de encarar la vida y mis
opiniones no coinciden con las
vuestras, y la verdad es que las
cosas que se hablan aquí no me
ayudan en nada. Un abrazo a todos y
éxito!

Dijo un borracho al salir de una
reunión de Alcohólicos Anónimos.

¡FELIZ DÍA DE LOS INOCENTES!

Dia 28 de desembre es celebra la festivitat dels Sants Innocents, un dia en què es recorda la Massacre dels Innocents i es celebra fent bromes a familiars i amics. Actualment, WhatsApp és una eina molt eficaç per fer aquest tipus de bromes, i aquest ítem n'és un exemple. Es tracta d'una cadena que utilitza el castellà com a llengua vehicular. Formalment el podem descriure com un acudit, perquè utilitza un to irònic i burlesc. És un missatge adreçat tots els membres del grup, com si la persona que l'ha enviat en fos el creador. Primer de tot afirma que està l'emissor disposat a sortir del grup, però sense perdre ni el respecte ni l'afecte cap als altres membres. Aquest apartat es contradiu completament amb el que s'expressa després. Declara que aquest grup no encaixa completament amb la seva forma de ser i que els temes que es tracten en aquest no són

del seu interès ni li aporten res. Tot això, pot fer que alguns membres del grup s'ho prenguin seriosament, però el que diu al final del missatge posa de manifest el caràcter humorístic d'aquest missatge. Explica que aquest missatge va ser dit per un borratxo en sortir d'una reunió "d'Alcohòlics Anònims". Finalment es desitja un feliç dia dels innocents, fet que recorda als membres del grup en quin dia es troben, per això entenen el sentit d'aquest missatge en aquest dia en concret.

[23] 31/12/15, Fina Pou.



Podem descriure aquest ítem, quant al criteri formal, com un acudit de codi mixt. La imatge proporciona al receptor la informació suficient per entendre el context en què s'emmarca el missatge folklòric, és l'equivalent a la introducció en un acudit narratiu. La temàtica que tracta és la nit de Cap d'Any. Per una banda, a la imatge s'hi observa un esquirol menjant i amb la boca plena. Per altra banda, el text adjunt és el següent: «Tu amb sos reims de Cap d'Any». Fa referència al moment en què acaba un any i s'inicia el següent, fet que en la nostra cultura es celebra menjant dotze grans de raïm un per cada mes de l'any que hem passat. El problema, i és en aquest punt que recau el sentit humorístic d'aquest acudit, és que aquests grans de raïm es mengen durant els darrers dotze segons de l'any, un temps molt breu per ingerir aquests grans. Per tant, la fotografia reproduïx perfectament aquest moment en què tothom du la boca plena.

[24] 31/12/15, Antònia Coll.



Aquest ítem és un acudit, i la temàtica que s'hi tracta està relacionada amb la festa de la nit de Cap d'Any, atès que és una representació gràfica del camí d'anada i tornada a la festa aquest vespre. Sent un dia de gran celebració per la majoria de gent, sigui de l'edat que sigui, però majoritàriament dins la joventut, com són els membres d'aquest grup, es tracta d'una nit on es consumeix una gran quantitat de begudes alcohòliques. Una de les conseqüències que té aquest consum és que a vegades produeix la pèrdua d'orientació i en aquesta imatge es representa perfectament aquest fet. A la part superior sota el text «Así sales de casa esta noche» hi ha representats dos punts i una línia recta que els uneix. Aquest dibuix manifesta que, sense el consum d'alcohol, és possible arribar un destí amb facilitat i sense fer quilòmetres de més. En canvi, a la part posterior de la imatge, sota el text «Así vuelves a casa esta noche» hi ha dibuixats dos punts amb una línia plena de corbes que els uneix. Amb aquesta representació s'explica el fet exposat anteriorment que moltes vegades, havent consumit alcohol és possible oblidar el camí de tornada a casa. Aquest ítem folklòric funciona en aquest context de gent jove perquè és una nit en la que alguns d'aquests membres es trobaran en situacions semblants a aquesta.

[25] 1/01/16, Fina Pou.



Ayer sonó La gozadera 80 veces y todavía no tengo claro lo que me confirmó Miami

Es tracta d'una captura de pantalla d'un missatge de Twitter. El podem descriure formalment com una paròdia del reggaeton. El reggaeton és un estil musical que actualment ha agafat certa popularitat, les lletres de les cançons es caracteritzen per ser

força masculistes. “La Gozadera” és una cançó coneguda dins aquest estil musical i que durant les festes de Nadal sonava seguidament a les discoteques. El tema és del grup cubà “Gente de zona” amb la col·laboració del cantant estatunidenc Marc Anthony. Una part de la lletra d’aquesta cançó diu així:

Miami me lo confirmó
Gente de zona!
Puerto Rico me lo regaló
Dominicana ya repicó
Y del caribe somos tú y yo

Y se formó la gozadera, Miami me lo confirmó
Y el arroz con habichuela, Puerto Rico me lo regaló
Y la tambora merenguera, Dominicana ya repicó
Con México, Colombia y Venezuela y del caribe somos tú y yo
Repicando!

El tema principal de la cançó és la reivindicació del fet de ser llatinoamericà, per això es cita cada un dels països que conformen aquest territori destacant de cada un els elements que la caracteritzen. El text que forma aquest missatge diu així: «Ayer sonó La gozadera 80 veces y todavía no tengo claro lo que me confirmo Miami». Aquest text no té sentit si es desconeix la lletra de la cançó. Sovint aquestes cançons tenen una lletra buida de contingut, com passa en aquest cas, que la frase més important de la cançó és incomprendible. Aquesta imatge agafa un sentit folklòric en aquest grup perquè tots els membres coneixen la cançó, saben que aquesta cançó ha sonat repetidament durant un període de temps i que per ells també és complicat entendre la lletra, sobretot la part que diu aquesta frase.

[26] 2/01/16, Fina Pou.



En el marc de la nit de Cap d'Any, cada cadena televisiva emet les campanades que donen la benvinguda a l'any de diverses maneres. A causa de la gran audiència que proporciona aquest moment, la majoria de cadenes espanyoles opten per elegir personatges socialment coneguts per donar aquesta benvinguda. En el cas de La Sexta, és, des de fa dos anys, Cristina Pedroche, periodista de televisió espanyola coneguda per la seva carrera com a reportera a aquesta antena. Les campanades a La Sexta d'aquests dos darrers anys però, han agafat tanta popularitat pels vestits, molt suggeridors per les seves transparències, que elegeix per presentar aquest moment tan important. Cal destacar que aquests vestits han estat fortament criticats. Aquest acudit s'articula a partir d'aquest moment, fa una comparació burlesca entre el vestit que Pedroche va lluir durant la darrera nit de Cap d'Any amb un vestit similar que va dur la cantant estatunidenca Beyoncé. Per tant a la imatge hi apareixen aquests dos personatges amb els vestits semblants. En canvi el text és el que realment ens ajuda a entendre el perquè d'aquestes dues imatges unides. El text és el següent: «Cuando ves un vestido en Ali Express VS cuando te llega». Ali Express és una tenda online de venda d'articles falsificats de prestigioses marques, per tant es presenten les dues imatges com si el vestit de Cristina Pedroche fos una imitació barata del vestit de Beyoncé.

[27] 3/01/16, Fina Pou.



Podem descriure aquest element formalment com un acudit de codi mixt. A la imatge hi apareix una bàscula de pes corporal amb uns peus a damunt com si alguna persona hi hagués pujat per pesar-se. Però a la pantalla on normalment hi apareix la xifra en quilograms, en aquest cas hi apareix la cara d'un porc. El text no hi té tanta importància, atès que la imatge parla per ella mateixa. Aquest diu així: «Nueva balanza 2016 com cámara frontal». L'ítem té sentit en un marc, les festes de Nadal, en què el dinars i sopars familiars on abunda el menjar i ja golafreria són freqüents. En conseqüència, l'augment de pes és considerable, per això en aquesta imatge es compara el pes de l'humà al d'un porc.

[28] 3/01/16, Fina Pou.

MANUAL PARA SER UN HIPSTER Y NO MORIR EN EL INTENTO

¿QUE UNE PRINCIPALMENTE A LOS HIPSTERS? Su pasión por la música alternativa...
Uno no puede ir a Sabotage y no darlo todo cuando le ponen el temazo de "like ly- I follow"
Pero claro... mucho tema hay por aprender, y mas en ingles (complicado), así que pasaremos
a la regla básica: LOS CLÁSICOS ESPAÑOLES! Si si... si es que un buen verbenero como
tu se los sabe todos!! Por lo tanto vamos a ir a reforzar esas letras!!

RAFAEL- MI GRAN NOCHE

Hoy para mi es un día especial
pues saldre por la noche
podre vivir lo que el mundo no esta
cuando el sol ya se esconde
podre cantar una dulce cancion
a la luz de la luna
y acariciar y besar a mi amor
como no lo hice nunca
Que pasara, que misterio habra
puede ser mi gran noche
y al despertar ya mi vida sabra
algo que no conoce
Caminare abrazando a mi amor
por las calles sin rumbo
descubrire que el amor es mejor
cuando todo esta oscuro
Y sin hablar nuestros pasos iran
a buscar otra puerta
que se abra como mi corazon
cuando ella se acerca
Que pasara, que misterio habra
puede ser mi gran noche
y al despertar ya mi vida sabra
algo que no conoce
Sera, sera esta noche ideal
que ya nunca se olvida
podre reir, y cantar y bailar
disfrutando la vida

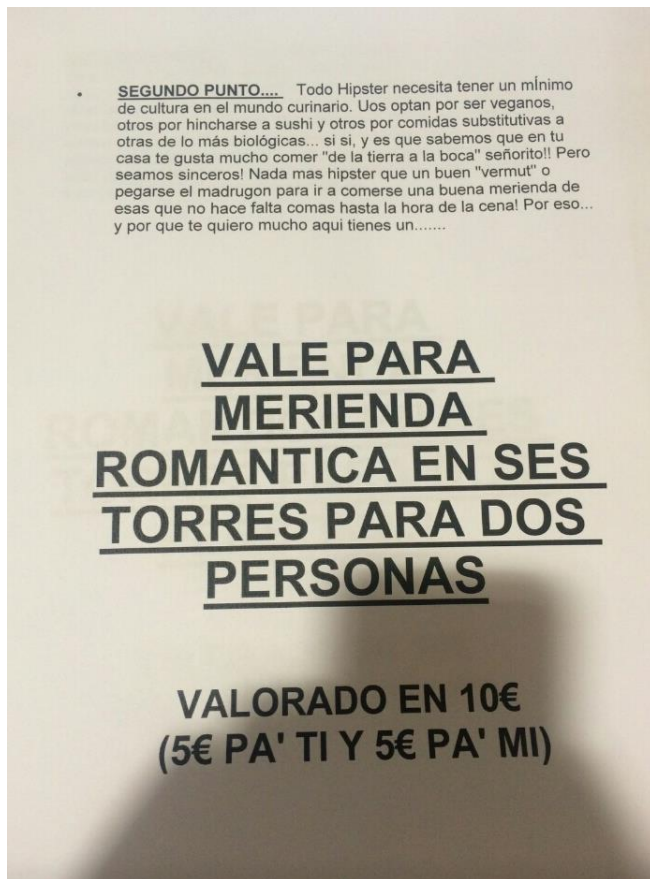
¡¡¡.....y ahora si, vamos al grano!!!

Lo esencial, lo mas básico en esta vida para ir a Sabotage
y no parecer que vienes del Banana o del Pub de tu pueblo
que se encuentra a 40 kilometros de Palma de Mallorca...
Lo mas importante para ir a ver al grupo: KARAOKE CON
BANDA SUBETE Y CANTA! ¿Que es?
¡¡EL ESTILISMO!!

La regla sagrada de todo hipster es llevar una buena barba,
gracias a dios Tia y Rosa te han dado unos buenos genes para
ello. Pero hay algo mas que genes en lo de ir a Sabotage.....

Asi que por ello y porque eres un Blogdemorrrrrrrt abre el
regalo numero 3!

**MOLTS D'ANYSSSSS
CARINIOOOOO**

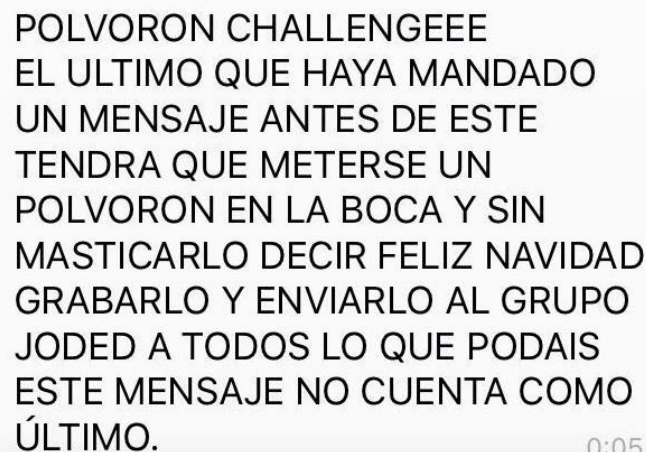


Un costum introduït als grups d'amics i famílies en els darrers anys és la de celebrar l'amic invisible. Consisteix en fer un sorteig en el què es posen els noms de tots els membres del grup o de la família per després fer un regal a la persona que t'ha tocat. D'aquesta manera, el grup es reuneix per dinar o sopar i cadascú rep un regal sense saber qui li ha preparat. Aquest ítem és un dels regals que es van fer dins aquest grup d'amics. La persona que va enviar les imatges és la mateixa que va elaborar el regal, una persona que encaixa perfectament amb el terme hipster, que actualment està tant de moda. Aquest terme fa referència a aquelles persones, sovint joves, que es caracteritza per tenir gusts i interessos associats a allò vintage, alternatiu i independent. En canvi, la persona que va rebre el regal és Pep Frontera, un altre membre del grup, es caracteritza per l'amor cap a la cultura mallorquina amb tot el que això comporta. Aquest ítem, originalment, va ser regalat en forma de carta i es tracta d'una paròdia a aquest col·lectiu, atès que la persona a la qual va dirigit aquest regal sempre en fa befa dient que ell, en anar a ciutat, vol convertir-se en un hipster. Es tracta d'un «manual hipster» on venen detallades les trets que ha de posseir una persona per ser un bon hipster. La primera d'aquestes fa referència a la música, on hi ha transcrita la cançó de Raphael, "Mi gran noche". Explica que, com és certament, normalment aquest tipus de persones es decanten per la música en anglès,

però per la manca de domini de la llengua anglesa, també és vàlid aquest tema, que actualment sona a les discoteques. Seguidament fa referència a la forma de vestir que caracteritza aquest grup i a l'aspecte físic, per això una part del regal és una camisa de quadres i una barba espessa. Per acabar, parla dels gusts culinaris, a diferència dels hipsters que es decanten més cap a la cuina vegetariana o la japonesa, la persona en qüestió sempre defensa la cuina mallorquina. Per això una altra part del regal és un berenar “romàntic” a “Ses Torres”, un restaurant mític mallorquí de carretera a Ariany. En conclusió, l'ítem és un intent d'imitar “Moderna de pueblo”, un blog creat l'any 2008, que juga precisament a fer ironia sobre el binomi urbà – rural i, per posar encara mes de rellevància en clau humorística el llarg camí per recórrer que ha de seguir el receptor fins a convertir-se en un hipster, l'emissora ha fet servir la llengua castellana.

c. PRECIOSES

[29] 30/12/15, Maria Martorell.



POLVORON CHALLENGEEE
EL ULTIMO QUE HAYA MANDADO
UN MENSAJE ANTES DE ESTE
TENDRA QUE METERSE UN
POLVORON EN LA BOCA Y SIN
MASTICARLO DECIR FELIZ NAVIDAD
GRABARLO Y ENVIARLO AL GRUPO
JODED A TODOS LO QUE PODAIS
ESTE MENSAJE NO CUENTA COMO
ÚLTIMO.

0:05

L'estructura d'aquest ítem respon a la d'una cadena, atès que és un missatge copiat i reenviat, en el qual s'incita els membres a que reenviïn el missatge. El títol, «desafiament de polvorons», ja deixa entreveure en què consisteix el joc. Com si fos un vertader repte, el missatge de la cadena insta als membres del grup a participar-hi, en concret l'emissor del darrer missatge enviat abans que la cadena. Consisteix en que aquesta persona ingereixi un polvoró mentre desitja un bon Nadal a tots els altres membres. Tot això amb l'objectiu de ridiculitzar aquest membre, ja que s'ha de gravar mentre ho fa i ho ha d'enviar al grup, i perquè això normalment provoca que surtin de la boca trossos de menjar. Al final, s'incita als altres membres que segueixin amb la cadena i ho reenviïn a altres persones.

[30] 31/12/15, Maria Antònia Colom.



Es tracta d'un acudit amb un cert contingut sexual i relacionat amb la temàtica de la nit de Nadal, atès que hi apareix un personatge amb una part de la indumentària pròpia del Pare Nadal. A la imatge apareix un home sense camisa, tot mostrant la seva musculosa figura amb els abdominals molt marcats. A la mà porta un sac on, normalment, el Pare Nadal du els regals dels nins. El text diu així: «Pídeme tu regalo...». Per la funcionalitat d'aquest ítem cal entendre que el regal que et pot oferir és purament sexual.

[31] 31/12/15, Antònia Fernández.



Aquest ítem es pot definir formalment com una cadena perquè té l'estructura pròpia d'aquests elements. L'objectiu d'aquest missatge és felicitar a tots els membres del grup al mateix temps per l'arribada de l'any nou. Per fer-ho, s'ha creat aquest missatge utilitzant tant paraules com les icones de WhatsApp que encaixen amb el que es vol transmetre. Primer de tot es cita tot allò negatiu que poden provocar els excessos que es produeixen durant la nit de Cap d'Any, per després afirmar que l'emissor prefereix fer una felicitació anticipada.

d. LLUC

Entre els dies 26 de desembre de 2015 i 3 de gener de 2016 en aquest grup no he documentat cap mostra.

D. Reis i post-Nadal

a. B1 BAND

[32] 1/01/16, Pep Lluís Bordoi.



Es tracta d'un acudit de codi mixt, la funcionalitat del qual és resultant de la combinació de text i imatge. És una fotografia on hi apareixen els tres Reis Mags d'Orient, però enlloc de ser els típics reis es percep que els dos reis que normalment són homes de pell blanca, en aquest cas són homes d'origen subsaharià i se'ls ha pintat la cara amb pintura blanca. Aquest missatge folklòric funciona dins aquest grup perquè tots els membres coneixen aquest barri de la ciutat de Palma, on la majoria d'habitants són d'origen subsaharià, un missatge creat en clau irònica, però que posa en evidència un cert component racista. He inserit aquest element en aquest apartat perquè tracta temàticament la nit de Reis, encara que pel dia en què va ser enviat hauria d'estar inclòs a l'apartat anterior.

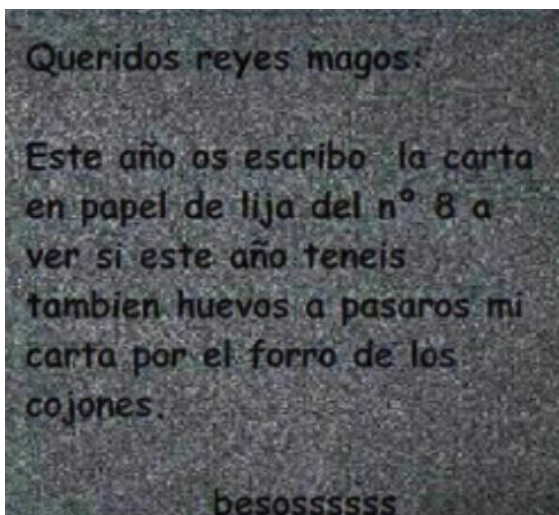
b. BARRAMOTS

[33] 3/01/16, Fina Pou.



Es tracta d'una captura de pantalla feta a un compte d'Instagram. Pel que fa a l'aspecte temàtic, aquest acudit ironitza sobre les grans menjades que caracteritzen les festes de Nadal. Després de la nit de Cap d'Any resten uns dies de descans pel que fa a trobades familiars, uns dies que la gent aprofita per depurar-se de tantes menjades suculentas. Però aviat arriba Reis, i amb ell una tradició gastronòmica coneguda, el tortell, un pastís que normalment va farcit de nata. Aquest pastís a dins porta un rei i una fava (qui paga el tortell l'any vinent). A la imatge hi apareix una representació de la figura de *Superman*, però aquest personatge es presenta obès i mostrant la panxa. Per tant, la imatge simbolitza perfectament l'estat en què es troba la majoria de la gent després d'aquestes festes. És un acudit de codi mixt, és a través de la unió del dibuix amb el text –atribuït al personatge il·lustrat– que agafa sentit i aconsegueix el seu objectiu: la rialla del receptor.

[34] 6/01/16, Pep Frontera.



Podem definir aquest element com paròdia perquè posseeix l'estructura pròpia d'aquestes construccions breus de caràcter humorístic. El text, creat amb l'humor característic dels acudits, és en certa manera una crítica a la carta que s'escriu als Reis Mags, carta que normalment només serveix als infants. Per tant, aquest missatge funciona si va dirigit a un públic adult, com és aquest cas, atès que normalment els regals que demana aquest col·lectiu en una carta als Reis Mags no solen arribar. El text està escrit sobre un paper de vidre (del número 8), triat a consciència per augmentar el caràcter burlesc de l'element en qüestió. S'ha utilitzat aquest fons en consonància amb allò que diu el text de «passar-se la carta pel forro», perquè pot ser molt més dolorós passar-se-la si es tracta d'un paper de vidre.

[35] 7/01/16, Fina Pou.



Es tracta d'un acudit imatge en què tant el text com la imatge són cabdals per a la creació del missatge folklòric. A la imatge hi apareix Katniss Everdeen (Jennifer Lawrence), la protagonista de l'exitosa trilogia de novel·les *Els jocs de la fam*, l'autora de la qual és Suzanne Collins. Aquesta trilogia va començar a ser escrita l'any 2008 i s'ha convertit en una de les més venudes de la història dels Estats Units. L'any 2012 es va presentar l'adaptació cinematogràfica de la primera pel·lícula, on ja apareix l'actriu anomenada anteriorment com a protagonista. Les festes de Nadal es caracteritzen per la ingesta incontrolada d'aliments, fet que moltes vegades suposa un important augment de pes i que fa que molta gent s'hagi de posar a règim per baixar de pes. Aquest ítem fa referència a aquest procés de baixada de pes que normalment du implícit passar gana. A partir d'aquesta idea i la semblança amb el títol de la trilogia s'ha creat el missatge folklòric.

[36] 7/01/16, Pep Frontera.



En aquest context de recuperació de les festes de Nadal també encaixa perfectament aquest ítem. Es tracta d'un acudit relacionat amb la temàtica d'augment de pes després de les festes de Nadal. A la imatge apareix una bàscula i sobre aquesta un text que diu: «Recordad que el 7 de enero a las 8 de la mañana hay que atrasar la báscula 5 kg». És el text, en aquest cas, que dóna sentit l'acudit, atès que la imatge només ajuda al receptor a posar-se en context. S'ha creat a partir de la relació entre el canvi d'hora que es fa per passar de l'horari d'estiu a l'horari d'hivern, i la reducció de pes que voldríem veure reflectit a la bàscula després d'haver engreixat durant les festes. Per això, irònicament es fa una generalització com si tots els membres que reben aquest missatge compartissin la voluntat de baixar de pes sense cap tipus d'esforç.

c. PRECIOSES

Entre els dies 4 i 7 de gener de 2016 en aquest grup no he documentat cap mostra.

d. LLUC

[37] 6/01/16, Marc Quetglas.

Vegeu el comentari de l'ítem [32].

4. Conclusions

A partir de la documentació d'aquests materials i del comentari posterior, puc afirmar que la comunicació folklòrica de la qual parlava Pujol és més viva que mai. Les xarxes socials, i els grans avanços que han proporcionat les TIC a la societat han contribuït a la renovació del folklore i, òbviament, a la substitució d'un sistema de gèneres per un altre després de totes les necessitats que ara ja no són funcionals.

En el context en què s'ha duit a terme aquest treball no hi tenen cabuda els gèneres llargs i tradicionals com les rondalles, com ja he dit, sinó aquells que comparteixen dos trets essencials: la brevetat i la senzillesa, com per exemple l'acudit, considerat no-narratiu per Heda Jason (*apud* Oriol, 2013: 86). És per això que no hi ha documentades rondalles, ni llegendes, ni mites, ni contarelles... El gènere més habitual, com es pot observar a l'apartat anterior, és l'acudit, el qual ha trobat en aquesta aplicació, així com també en Facebook i altres xarxes socials, el camí cap a la renovació i l'expansió. I és en aquest punt en què m'he hagut de plantejar a què es deu la gran funcionalitat de l'acudit per damunt dels altres gèneres. Per una banda, a part de que els acudits poden ser breus per naturalesa, es poden presentar com una imatge, fet suposa la restricció del text únicament al diàleg o al títol, atès que a través de la imatge ja es pot contextualitzar l'acudit. D'aquesta manera el receptor posseeix més informació per resoldre l'exercici intel·lectual que suposa l'acudit. Per altra banda, un dels trets que caracteritza els acudits és que són adaptables, tant pel que fa a les temàtiques que es mantenen al llarg del temps com per la seva funcionalitat a diferents cultures. La gran majoria d'acudits documentats són de codi mixt, pel que he dit unes línies abans de la funcionalitat de la imatge en aquest mitjà. Entre els altres gèneres que he documentat, hi apareix diverses vegades la cadena, text copiat d'una conversa o una altra plataforma i enviat sense fer cap tipus de modificació. Les paròdies –imitacions burlesques d'altres obres, modificant-ne alguns aspectes però sense alterar els trets essencials– també hi són presents, així com els jocs de paraules.

Pel que fa als ítems concrets documentats a cada grup, he observat diferències notables en relació als membres que conformen el grup. Amb això vull dir que, en funció del sexe i de la relació entre els subjectes que pertanyen al grup, he trobat una tipologia determinada d'elements folklòrics. Així, el context es converteix en un factor determinant a l'hora d'estudiar els diferents missatges folklòrics que s'hi presenten. En el cas de B1

Band, grup en què tots els membres són homes, hi he trobat una gran quantitat d'ítems amb un cert contingut sexual i groller, amb una forta presència del fenomen viral més famós del moment, "el negre del WhatsApp". A Barramots, grup d'amics mixt, m'ha estat possible documentar una gran quantitat d'elements folklòrics. En aquest ja s'hi observa una certa diversitat pel que fa a la temàtica dels materials compilats així, per exemple, hi ha un elevat nombre d'ítems que fan referència a l'augment considerable de pes que provoquen les festes de Nadal fet que no s'observa en el grup comentat anteriorment, així com també els ítems relacionats amb el consum d'alcohol. En el grup Lluc –mixt i format pels membres d'una mateixa família– encara que hi he pogut documentar un nombre reduït de materials, m'ha estat possible observar de quin tipus d'ítems es tracta. El contingut eròtic que s'observa en el primer grup, en aquest cas és nul per la relació que s'estableix entre els membres. A Precioses, grup integrat per dones amb l'amistat com a nexa d'unió, tan sols hi he pogut compilar quatre mostres. Només un d'aquests ítems [30] és de contingut eròtic, però enfocat d'una manera completament diferent dels casos documentats al primer grup. Així doncs, a partir de l'estudi dels missatges enviats als diferents grups durant un període de temps determinat, m'ha servit per demostrar que en cada context es genera un determinat tipus de missatges folklòric.

Un altre aspecte que he pogut observar amb aquest treball és que la gran majoria d'ítems recollits són de recurs, segons la classificació de Roviró. Es tracta de materials extrets o bé d'altres converses o bé de perfils privats o públics de Facebook com Cabronazi. Cabronazi és un perfil de Facebook obert en què un grup de persones s'ocupa de publicar elements –imatges i textos– amb un cert caràcter humorístic. Aquests elements, utilitzats en un context determinat en què apareixen les condicions necessàries perquè sigui possible la comunicació folklòrica, es poden convertir en missatges de caràcter folklòric. Així, molts d'ítems documentats en aquest treball procedeixen de pàgines obertes com aquesta. Un exemple d'aquest tipus de folklore són els ítems [5] i [33]. En canvi, hi ha pocs exemples d'ítems que es puguin classificar com a comunicació folklòrica de creació, com per exemple l'ítem [28]. En aquest cas és un element creat completament per la persona que va elaborar el regal. En aquests grups també hi ha trobat casos de repetició d'ítems [1], [9] i [32], això es deu al fet que alguns dels membres són integrants de més d'un grup dels quatre estudiats.

L'arribada de WhatsApp ha revolucionat la comunicació entre persones, tant per la facilitat per accedir a la plataforma com per enviar i rebre missatges amb altres

individus. Ha permès que el contacte virtual sigui directe i a temps real. Aquest tipus de comunicació, que marcarà se'ns dubte el segle XXI, ha provocat per una banda l'entrada en joc d'uns gèneres que abans no existien com és el mem –que gaudeix d'un moment de gran vitalitat–, i per altra banda la renovació de gèneres tradicionals com per exemple l'acudit. Així, aquest estudi serveix per constatar que el sistema de gèneres “tradicional” ha canviat completament i s'ha adaptat sense problemes als avanços que proporcionen les TIC a la societat actual. Un sistema de gèneres que, a partir dels materials documentats als quatre grups permet extreure'n dues característiques comunes: la brevetat del text i la funcionalitat de la imatge. Encara que hi hagi certa diversitat de gèneres i temes, aquests dos trets engloben els elements i en determinen la seva difusió a través de WhatsApp.

Aquestes mostres representen una part important del folklore actual que es troba més viu que mai gràcies a les xarxes socials i plataformes online com aquesta. El folklore ha deixat de ser exclusivament oral i la tradició ha acabat perdent el seu paper fonamental en aquesta matèria. Aquest fet ha provocat l'aparició de la comunicació ràpida i eficaç, amb la posada en escena de gèneres breus i visuals com el mem. Ha donat pas a un folklore renovat, utilitzat amb unes finalitats molt diferents a les que caracteritzaren el folklore dels nostres avantpassats com per exemple la de posar remei als mals que del món, com les tempestes i la pobresa. El folklore actual té com a principal objectiu oferir una visió crítica del món. Per tant, la desaparició del folklore, com diu Pujol, encara no és propera, això mentre la comunicació entre humans sigui possible (2013:54-57).

5. Referències bibliogràfiques

- Attardo, Salvatore; Chabanne, Jean Ch. 1992. «Jokes as a text type». *Humor*, 5-1/2. 165-176.
- Barthes, Roland. 1964. «Rhétorique de l'image». *Communications* 4. 29-47.
- Ben-Amos, Dan. 1998. «Toward a Definition of Folklore in Context». *Journal of American Folklore* 84. 3-15.
- Blank, Trevor J. (ed.). 2009. *Folklore and the Internet*. Utah State University Press. Logan, Utah.
- Bronner, Simon J. (ed.). 2007. *The Meaning of Folklore: The Analytical Essays of Alan Dundes*. Utah State University Press. Logan, Utah.
- Dundes, Alan. 1964. «Text, texture and context». *Southern Folklore Quarterly* 28. 251-265.
- Georges, Robert A.; Michael Owen Jones. 1995. *Folkloristics: An introduction*. Indiana University Press. Bloomington.
- Myers, David G. 2005. *Psicologia social*. McGrawHill. Mèxic.
- Oriol i Carazo, Carme. 2002. *Introducció a l'etnopoètica: teoria i formes de folklore en la cultura catalana*. Cossetània Edicions. Valls.
- Pujol, Josep M. 2013. *Això era i no era: Obra folklòrica de Josep M. Pujol*. Edició a cura de Carme Oriol i Emili Samper. Publicacions URV. Tarragona.
- Roviró, Ignasi. 1992. «Aproximació a l'estudi de la comunicació folklòrica». *Ausa* 128-129. 71-104.
- Roviró, Ignasi. 1994. «El folklore com a acte comunicatiu». *Revista d'etnologia de Catalunya* 4. 10-19.
- Shifman, Limor. 2013. *Memes in Digital Culture*. The MIT Press Essential Knowledge Series. Cambridge.