

# EL FOLKLORE EN L'ERA D'INTERNET I DE LES XARXES SOCIALS

**Carme Oriol i Emili Samper**

Universitat Rovira i Virgili



Les teories modernes al voltant del concepte de «folklore», sorgides a partir dels anys seixanta del segle XX en algunes universitats americanes, han incidit en la importància de considerar el folklore com un «art» que apareix en la vida quotidiana de les persones quan aquestes es comuniquen i interactuen entre si per parlar dels temes que els afecten i interessen. Des d'aquest punt de vista, el folklore adquireix una dimensió actual que deixa lluny aquella idea dels folkloristes romàntics segons la qual el folklore estava lligat a unes formes de vida del passat. Avui en dia considerem que el folklore esdevé un instrument útil i eficaç per intercanviar punts de vista i per divulgar idees i sentiments d'una manera subtil i indirecta, gràcies a les possibilitats que li dona, entre d'altres característiques, l'ús del llenguatge poètic.

Amb aquesta premissa, no ens ha d'estranyar que el folklore aparegui en tots aquells mitjans que utilitzem avui dia per comunicar-nos, entre els quals, internet i el telèfon mòbil ocupen, sens dubte, un lloc molt important. Aquests mitjans tenen l'avantatge de la immediatesa i de l'àmplia distribució, és a dir, faciliten

que els missatges es puguin transmetre en un espai molt breu de temps i, a més, arribar a un gran nombre de persones simultàniament, dues característiques de provada eficàcia en el nostre món d'avui.

En aquests nous espais que la tecnologia ens ha proporcionat per interactuar en el dia a dia, el folklore s'hi transmet de diverses formes. Així, per exemple, a través del correu electrònic ens poden arribar missatges com a text del mateix correu o bé en documents adjunts, formats, per exemple, per imatges, textos, vídeos o composicions més elaborades que poden combinar la imatge, el text i el so, així com presentar-se també en altres formats, com és el cas del *powerpoint*. D'altra banda, mitjançant el telèfon mòbil, el folklore es pot fer visible a través de missatges de text personals o integrats en l'activitat de les xarxes socials.

Aquests mitjans faciliten la transmissió de diverses formes de folklore: acudits, rondalles, cançons, cadenes de cartes..., que, de vegades, com passa amb moltes rondalles i cançons, prenen un to de paròdia i esdevenen així un producte plenament humorístic.

La llibertat que ens dona l'ús d'internet i del telèfon mòbil, uns mitjans que de moment no estan subjectes a la censura, fa possible la circulació i la proliferació de missatges crítics amb el poder establert i el discurs oficial, de manera que moltes vegades aquests missatges se situen dins del terreny del que no és «políticament correcte». Aquest és l'espai idoni dels acudits, les paròdies i altres productes humorístics.

La possibilitat d'enviar molts missatges al mateix temps i d'arribar, per tant, als destinataris d'una extensa llista d'adreces fent un sol clic és molt útil per a un gènere del folklore com és el de l'epistolografia o, dit d'una forma més planera, de les cadenes de cartes. Aquests missatges que, abans de l'aparició d'internet, s'enviaven per correu postal, avui en dia s'han servit dels avantatges que suposa l'ús de les actuals tecnologies de la comunicació per aconseguir la difusió necessària d'una forma més ràpida i immediata. Entre els missatges més habituals que ens arriben per aquest mitjà trobem, per exemple, des de cadenes solidàries, destinades a aconseguir que una persona que està malalta tingui el suport necessari per vèncer la malaltia fins a cadenes que ens prevenen del risc que el nostre ordinador s'infecti amb un virus.

Un exemple il·lustratiu de cadena de cartes, que serveix alhora com a mostra de l'auge de l'ús del correu electrònic i de l'aparició dels primers telèfons mòbils, és el següent, recollit el mes d'abril de l'any 2000. Es tracta d'un document enviat com a adjunt al correu electrònic que inclou aquest missatge:

Dear customer,

Our main competitor, Nokia, is giving free mobile phones away on the internet. Here at Ericsson we want to counter their offer.

So we are giving our newest WAP-phones away as well. They are specially developed for internet happy customers who value cut ting edge technology.

By giving free phones away, we get valuable customer feedback and a great Word-of-Mouth effect.

All you have to do, is to forward this message to 8 friends. After two weeks delivery time, you will receive a Ericsson T18. If you forward it to 20 friends, you will receive the brand new Ericsson R320 WAP-phone.

Just remember to send a copy to Anna.Swelund@ericsson.com that is the only way we can see, that you forwarded the message.

Best of luck

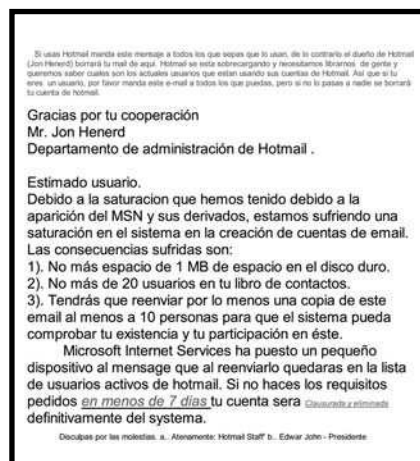
Anna Swelund  
Executive Promotion  
Manager for Ericsson Marketing<sup>1</sup>

Com es pot veure, es tracta d'una carta, escrita en anglès i signada per Anna Swelund, suposada membre de l'equip de màrqueting de l'empresa de telefonia mòbil Ericsson. Com en qualsevol cadena de cartes, el missatge convida les persones que el reben a reenviar-lo. El premi que es pot aconseguir per seguir la cadena de cartes és un telèfon mòbil WAP d'última generació de la marca Ericsson. Per entendre el missatge, cal situar-lo dins del seu context. Nokia i Ericsson eren, l'any 2000, dues companyies capdavanteres en la fabricació de telèfons mòbils. Cal retrocedir, doncs, al context de gran comercialització i de vendes de mòbils que es va produir al nostre país durant aquests primers anys del segle XXI, sobretot entre les generacions més joves. Recordem l'impacte que va suposar l'entrada dels mòbils al mercat amb un preu força assequible si el comparem amb èpoques anteriors on eren un producte de luxe, només a l'abast d'empresaris amb un alt poder adquisitiu. És durant aquests anys que cal situar l'aparició dels anomenats mòbils WAP, de segona generació, anunciats al missatge, que tenien la particularitat de permetre l'accés a internet (tot i que d'una manera molt rudimentària si els comparem amb els actuals).<sup>2</sup> La millora respecte als mòbils apareguts pocs anys abans era notable, però això també repercutia inevitablement en el preu, molt més elevat. Per aquest motiu, l'anunci d'una compa-



nyia de primera línia en aquest temps, com Ericsson, que regalava mòbils d'aquest tipus, tenia la difusió assegurada. Examinant el text del correu, veiem com la suposada Anna Swelund explicava les condicions per rebre el mòbil WAP en qüestió. Segons el nombre de persones a qui l'usuari enviés el missatge, rebria un model de mòbil o un altre. Així, si el missatge s'enviava a 8 amics, es rebria un Ericsson T18, i si s'enviava a 20 amics, es rebria un Ericsson R320 WAP (un model de prestacions i preu superiors). Per tal de poder controlar el nombre de persones a qui s'havia enviat el missatge, Anna Swelund demanava rebre una còpia del missatge a la seva adreça de correu electrònic. A més, aquest text anava acompanyat d'un seguit d'advertències legals que donaven un caràcter versemblant al correu.

Un altre exemple de cadena de cartes que s'ha produït (i reproduït) en diferents moments és el que anuncia el tancament o la fi de la gratuïtat del conegut servei de correu electrònic i missatgeria instantània Hotmail de Microsoft.<sup>3</sup> Aquest missatge és recurrent i apareix cada cert temps. L'exemple reproduït data del mes de març del 2011 (vegeu imatges 1 i 2) –tot i que podem trobar versions a internet que daten, com a mínim, del 2005–, i adverteix els usuaris d'aquest servei de les noves condicions que tindran els seus comptes a partir de l'estiu d'aquest mateix any, en què l'empresa cobrarà per continuar oferint uns serveis que fins ara eren gratuïts. Com en l'exemple anterior, cal reenviar el missatge (a 10 o 18 persones diferents) per evitar no



(Imatges 1 i 2): Missatges de correu electrònic que anuncien la fi de la gratuïtat de Hotmail.

només haver de pagar pel servei, sinó l'eliminació del compte en menys de set dies (amb el greuge que això comporta per a l'usuari que perdrà totes les dades del seu compte, inclosos tots els missatges de correu electrònic). En aquest cas, el missatge també el signa un suposat empleat de la companyia (John Henerd o Edward John). L'avis d'aquest missatge presenta com a argument la saturació de la xarxa que obliga l'empresa a mantenir actius només els comptes que realment s'utilitzin. Es tracta d'una manera d'incentivar l'ús d'aquest servei. D'aquesta versió destaca el comentari d'un dels remittents (que forma part del cos del missatge) que adverteix de la veracitat de la informació pel fet que s'ha anunciat a la televisió.

Aquests darrers anys, tot i que les cadenes de cartes a través del correu electrònic no han desaparegut del tot (només cal veure els exemples anteriors), sí que han experimentat una davallada considerable ja que han sorgit altres serveis que han ocupat el seu espai. Això ha passat, sobretot, amb l'aparició de les xarxes socials i el seu ús, afavorit per les prestacions dels telèfons mòbils actuals que en permeten la consulta a tota hora i des de qualsevol lloc. Una de les xarxes socials més conegudes i utilitzades, en aquest sentit, és Facebook (<http://www.facebook.com>) Es tracta d'una xarxa que permet afegir gent com a amics i enviar-los missatges, compartir enllaços, fotografies i vídeos, entre d'altres coses. Nascuda l'any 2004, aquesta xarxa social ha incorporat diferents serveis que l'han convertida en una

de les més utilitzades arreu del món. Segons dades recents, té uns 400 milions d'usuaris i ha desplaçat altres serveis com el correu electrònic o altres xarxes. La seva popularitat no s'ha escapat a l'aparició de rumors i falses alarmes que posen en perill el seu ús. Un exemple, el trobem a començaments d'aquest 2011, amb un missatge difós entre els usuaris de la xarxa i que reprodueix a continuació:

*Facebook will be closed for maintenance from Feb. 29-31. Many people will try to login from February 29 to 31, only to find the site closed. Please repost so that your FB friends have warning and do not face mental health problems due to FB withdrawal. I will be placing my brain in a vault for those three days. My FB friends let me know (thank you Carolin!). I am passing it forward.<sup>4</sup>*

El text, estès entre els usuaris de Facebook a través de missatges i de

publicacions al mur (l'espai on els usuaris comparteixen la informació amb els altres amics de la xarxa), alerta del seu tancament per qüestions de manteniment entre els dies 29 i 31 de febrer. Aquest rumor cau pel seu propi pes quan mirem el calendari i comprovem que el mes de febrer de 2011 té 28 dies.

Aquest no és l'únic rumor que té com a protagonista aquesta coneguda xarxa social. En dates més recents, un altre missatge s'ha popularitzat també a internet (vegeu imatge 3). En aquest cas, és el propi creador de Facebook, Mark Zuckerberg, qui anuncia el tancament de la xarxa el mes de març del 2011 (o del 2012 segons les versions) a causa de l'estrès que provoca mantenir actiu el servei pel gran nombre d'usuaris registrats. En altres versions, es demana als usuaris que reenviïn aquesta advertència si volen conservar el seu perfil actiu dins la xarxa. L'origen d'aquest rumor es troba en una notí-

cia publicada a un diari d'internet de credibilitat més que dubtosa (*Weekly World News*)<sup>5</sup> el 13 de març de 2011 i que, suposadament, reproduïx les paraules del creador de Facebook durant una conferència (vegeu imatge 4). La notícia inclou la petició per salvar Facebook del tancament (procediment habitual a l'hora de difondre una acció d'aquest tipus a través d'internet).

Relacionat amb el món de les falses alarmes distribuïdes a través d'aquestes cadenes de cartes, trobem també l'espai corresponent als rumors i les llegendes urbanes. Molt sovint, internet i les xarxes socials són una plataforma excel·lent per distribuir missatges d'alerta sobre perills automobilístics, menjars o begudes que ens poden perjudicar, robatori d'òrgans, raptos de criatures, etc. D'altres vegades, aquestes mateixes plataformes amplifiquen d'una manera desorbitada els rumors que afecten personatges públics (polítics, actors i actrius, esportistes, etc.). Als ja coneguts casos d'actrius famoses a les quals explotaven els pits de silicó durant un viatge en avió (i que es van personificar al nostre país en l'actriu Ana Obregón a mitjan anys vuitanta),<sup>6</sup> cal sumar-hi ara la notícia de la mort sobtada d'actors, alimentada per les xarxes socials i difosa en un temps rècord. És el cas de l'actor de Hong Kong Jackie Chan, a qui es donava fa poc per mort a causa d'un atac de cor. Tot es remunta al 29 de març de 2011 amb l'aparició de la notícia al portal 7News<sup>7</sup> que, fins i tot, recollia les condolences del president dels Estats Units, Barack Obama, per afegir-hi credibilitat (vegeu imatge 5). Aquest rumor es va estendre com la pólvora a través de la xarxa social Twitter.<sup>8</sup> Els seus usuaris van convertir en poques hores la frase «RIP Jackie Chan» en *trending topic* mundial, és a dir, en una de les frases clau més esmentades pels usuaris de Twitter en aquell moment. Les reaccions eren diverses, des dels usuaris que preguntaven per la veracitat de la informació fins als que donaven mostres de condol per la suposada mort de l'actor. Curiosament, no es tracta del primer cop que s'ha donat per mort aquest actor. El mes d'agost del 2010, la mateixa notícia havia aparegut també a la xarxa. Tots dos rumors compartien moltes similituds, com ara la causa de la



(Imatge 3): Missatge que anuncia el tancament de Facebook.



(Imatge 4): Reproducció de la notícia de *Weekly World News* on Mark Zuckerberg, creador de Facebook, anuncia el tancament de la xarxa social.



(Imatge 5, dreta): Notícia de la mort de l'actor Jackie Chan publicada a 7News.  
 (Imatge 6, esquerra): L'actor Jackie Chan desmenteix a la xarxa Facebook el rumor sobre la seva mort.



mort (atac al cor), la suposada declaració de Barack Obama o el missatge de condolença del també actor Will Smith. Aquesta última versió del rumor es va dissoldre tan ràpidament com s'havia estès, en el moment en què el mateix actor va publicar una nota al seu mur de Facebook, el mateix dia 29 de març, on anunciava el seu bon estat de salut i la preparació de la seva pròxima pel·lícula (vegeu imatge 6).

Encara que en un primer moment ens pugui semblar que molts d'aquests missatges són banals, com els que anuncien el tancament de determinats serveis d'internet, hem de pensar que si tenen tant d'èxit i circulen amb tanta intensitat és perquè tenen una funció que possibilita el seu manteniment i la seva difusió. Moltes vegades són el reflex de les pors i de les inseguretats que proporciona el fet de viure en una societat complexa com la nostra, en la qual les coses noves i desconegudes són motiu de preocupació i alarma.

Finalment, hem de tenir present que, igual com passa amb una obra literària, l'èxit d'una història, com, per exemple, una llegenda urbana, va lligat al fet que estigui ben construïda, que sigui versemblant i creïble. D'aquí la importància de la forma i del reforç del missatge per part de personatges coneguts (o vinculats directament al rumor) que, suposadament, recolzen el que es diu. I no passa res si després d'un temps descobrim que aquella història que vam sentir fa temps era

falsa. L'important és la funció i l'efecte que produeix en el moment en què la sentim, els sentiments que ens desperta i els ensenyaments que ens ofereix, tal com succeeix amb la bona literatura.

Notes

1. També en van circular versions en castellà, traduccions literals de l'original anglès: «Apreciado cliente: Nuestro mayor competidor, Nokia, está regalando teléfonos a través de internet. Aquí en Ericsson queremos mejorar la oferta, así que estamos regalando nuestros nuevos teléfonos WAP también! Estos modelos WAP están especialmente diseñados para nuestros felices clientes de internet quienes apreciarán la nueva tecnología. Regalando teléfonos nosotros obtenemos clientes agradecidos y un enorme efecto "boca a boca". Todo lo que hay que hacer para recibir un WAP es enviar este mail a 8 personas, a las dos semanas, el WAP estará llegando a su casa (Ericsson T18). Si en lugar de enviar este mail a 8 personas, se envía a 20 personas, el regalo será el más nuevo de nuestros modelos, un Ericsson R320 WAP! Importante: Cada vez que envíes uno de estos mails, envía una copia a Anna.Swelund@ericsson.com (respetar mayúsculas), es la única forma de que sepamos que estás mandando el mail. Mucha suerte! Anna Swelund - Gerente Ejecutiva de Promoción para el sector Marketing de Ericsson.»
2. Cal tenir en compte els ràpids avenços experimentats en el camp de la telefonia mòbil aquests darrers anys, sobretot amb l'aparició de l'iPhone d'Apple l'any 2007 i dels mòbils que utilitzen el sistema operatiu Android de Google. El context en què cal situar l'exemple correspon als primers anys d'aparició i de comercialització massiva de telèfons mòbils, a l'inici de la dècada del 2000.
3. Windows Live Hotmail, anteriorment conegut com a MSN Hotmail i popular-

ment com a Hotmail, és un servei gratuït de correu electrònic basat en web operat per Windows Live de l'empresa Microsoft. Va ser un dels primers serveis de correu electrònic basat en la web i es va llançar el juliol de 1996. Microsoft el va adquirir l'any 1997 i, poc després, va ser rebatejat com a «MSN Hotmail». La darrera versió, anomenada «Windows Live Hotmail», va ser anunciada oficialment el 2005 i publicada a tot el món l'any 2007.

4. «Facebook estarà tancat per manteniment del 29 al 31 de febrer. Les persones que intentin iniciar sessió del 29 al 31 de febrer trobaran el lloc tancat. Si us plau, publica l'avís de nou perquè els teus amics de FB estiguin alerta i no tinguin problemes de salut mental a causa de la retirada de FB. Posaré el meu cervell en una caixa forta aquests tres dies. Els meus amics de FB m'ho han fet saber (gràcies Carolina!). Ho estic reenviant.»

5. <<http://weeklyworldnews.com/headlines/27321/facebook-will-end-on-march-15th/>>
6. Rumor recollit per Antonio Ortí i Josep Sampere al capítol «Pechos explosivos» del recull *Leyendas urbanas en España*. Barcelona: Ediciones Martínez Roca, 2000, p. 89-92, i per Josep M. Pujol (coord.) al capítol «Els pits artístics», a *Benvingut/da al club de la SIDA» i altres rumors d'actualitat*. Barcelona: Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana, 2002, p. 165-166.
7. <<http://pastehtml.com/view/1dud0mh.html>>
8. Nascut l'octubre de 2006, Twitter (<<http://www.twitter.com/>>) és una xarxa social de microblocs caracteritzada pel fet que permet als seus usuaris enviar missatges de text amb una extensió màxima de 140 caràcters mitjançant mòbil, missatgeria instantània, des del seu lloc web o utilitzant diferents aplicacions.