

# PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE, FOLKLORE Y POSFOLKLORE

Eloy Martos Núñez

Frente a las percepciones más ingenuas del folklore como primitivismo o pintoresquismo, se subrayan las percepciones actuales que conciben las tradiciones como sistemas dinámicos, que evolucionan y cambian sus axiologías y cosmovisiones para adaptarse mejor.

Todo ello produce actualizaciones de estos patrimonios, conforme a una recepción que los va reinterpretando según las épocas, produciéndose un contraste de perspectivas y una pluralidad de voces (dialogismo, polifonía, Bajtín, 1974), que explican la remitologización propia de los imaginarios de los siglos XX y XXI, por ejemplo, la ecocrítica como sobreinterpretación de las fuerzas de la naturaleza, los superhéroes, etc.

Debemos a folcloristas eslavos (Golovakha-Hicks, 2006) y brasileños algunas de las formulaciones más interesantes sobre los conceptos de posfolklore y de «folkcomunicación», que no se refieren a una simple prolongación del folklore ancestral en la era mediática y digital, sino que tratan de poner de manifiesto los cambios profundos en proceso. De hecho, el término «post-folklore» fue acuñado por el profesor Sergey Neklyudov (RSUH) en 1995 en el artículo «Post-folklore», publicado en la revista *Antiquity Living*.

El posfolklore es un folklore procesado, de construcción de imaginarios conforme a las convenciones de la cultura mediática y digital e influido por la estética posmoderna. El turismo, la industria del entretenimiento o los medios de comunicación son los impulsores de estas reconceptualizaciones, es decir, entienden el folklore como un discurso que se actualiza, un palimpsesto o lectura midráshica por parte de la comunidad.

De ahí los conceptos centrales de los estudios de folkcomunicación: líderes de opinión, agentes folkcomunicacionales, grupos marginalizados, manifestaciones culturales (Beltrão, 1980). Géneros concretos como las leyendas urbanas se refieren a estas narraciones postradicionales, de difícil ubicación conceptual, pues son a menudo *remakes* o *remix* de diversos *folktales*, con rasgos inconexos: por ejemplo, la suspensión de la creencia (Degh, 1965) contradice lo que es justo más connatural a la leyenda, el «lenguaje de la vinculación» (Velasco, 1989).

cuestionada, a la luz de diversas teorías etnográficas y de la literacidad. Por un lado, en las prácticas de una comunidad lo patrimonial es un *continuum* donde no cabe separar el edificio de una ermita, por ejemplo, de sus ritos asociados, como el culto, las procesiones o la leyenda fundacional.

Desde otra perspectiva, Chartier ve como caras de una misma moneda la materialidad del texto y la textualidad del artefacto, ambas dimensiones se enhebran: así, la tablilla exige una forma de leer y escribir distinta a la del códice. La teoría artefactual crítica pone el énfasis, por su parte, en el valor de la cultura material, de los objetos cotidianos, unidos a prácticas vernáculas. Por eso se puede decir que lo material y lo inmaterial se enmadejan dentro de una misma cultura literaria. Sea como sea, el agente fundamental para la puesta en valor del patrimonio cultural intangible siguen siendo los agentes culturales, los profesores y los bibliotecarios. Los videojuegos, el cine, los manga, etc., están llenos de estos mitos revisitados, como vemos en los

superhéroes de Marvel, pero el «lector caótico» de la Red (Chartier, 2004) es un lector desorientado.

Por otra parte, el uso del posfolklore reconoce dos cosas: que hay un hiato entre el folklore entendido en la época clásica, incluyendo cultura oral y cultura escrita, y la comprensión del folklore en las sociedades posindustrializadas, donde ya el modo de recopilación y tratamiento de las historias no es el de los Hermanos Grimm, sino el de la factoría Disney o el universo Marvel. El ágora o marco vital donde se (re)producen las historias ya no es el pueblo o la plaza pública, sino que es ese «aula sin muros» de que hablaba McLuchan, y ya no tenemos a un Homero, a rapsodas individuales o a la señora Viehmann, vendedora de mercancías en el mercado de Kassel, que contaba las historias a los hermanos Grimm, como especialistas de la tradición, con habilidades muy específicas y con un repertorio limitado.

En el posfolklore, el repertorio y los lenguajes se han expandido, el folklore se ha convertido en un universo dilatado de historias, motivos y personajes, con un tratamiento pansemiótico cercano a menudo al puzle o a la hibridación (remix), donde se cruzan elementos según los intereses del público, o donde se innova, pero a base de los viejos mimbres (superhéroes). Por eso se multiplican las (sub)versiones, esto es, en sentido etimológico, las lecturas volcadas boca abajo, donde por ejemplo se invierten los papeles.

Con todo, sustituir el «pavor» sagrado (Otto) por lo grotesco o bizarro no soluciona el problema de deslocalizar las leyendas. Freddy Kruger está en esa mítica calle de Elm Street, que en realidad es un lugar común de las pesadillas de un adolescente, de cualquier adolescente del mundo occidental. Es así como lo fantástico deriva en fantasioso, lo imaginario en pintoresco, lo que corresponde a la «experiencia que corre de boca en boca» (Benjamin) se transmuta en la última ocurrencia que, a semejanza del *spam*, inunda toda la Red y la mente de adolescentes ávidos de experiencias.



En la película *El proyecto de la bruja de Blair* se cuenta la historia de tres jóvenes que, en 1994, se internaron en un bosque de Maryland para rodar un documental sobre la leyenda local de la bruja de Blair. Los tres jóvenes desaparecieron, y un año más tarde su equipo fue descubierto. La película pretende presentar las tremendas imágenes que esas cámaras grabaron.



Siguiendo la teoría de Linda Degh, en la tradición no hay una simple transmisión a un solo nivel o por un solo conducto, como suponían los románticos. Lejos de perpetuarse en una cadena sencilla, lo que pasa de una generación a otra es una historia que se transmite en diversos ámbitos y registros, en todo caso, es siempre una construcción artística anclada en el imaginario de una comunidad, con la potencia creadora de un pueblo (Castoriadis), y es, por tanto, algo más que una suma de excentricidades, rumores o bulos difundidos por Internet u

otros medios. Por eso, las leyendas urbanas no serían *stricto sensu* leyendas o consejas, en el sentido más etimológico del término –de historias alumbradas en el «círculo» o «concilio» de una comunidad con conciencia de tal–, sino narraciones paratradicionales orientadas más bien hacia nuevas formas de socialización, como las que hoy favorece Internet entre los jóvenes

\*\*\*\*\*

## Bibliografía

- Beltrão, L. (1980), *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*, São Paulo: Cortez.
- Dégh, L. (1965), «*Processes of Legend Formation*», *Laographia*, 22, pp. 77-87, Atenas.
- Even-Zohar, I. (1990), «*Polysystem Studies*», *Poetics Today*, 11, n.º 1 (volumen monográfico).
- Golovakha-Hicks, I. (2006), «*Demonology in Contemporary Ukraine: Folklore or “Postfolklore”?* » *Journal of Folklore Research*, sep. 2012.
- Marques de Melo, J. (2008), *Mídia e Cultura popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação*, São Paulo: Paulus.
- Martos Núñez, E. (2008), *El cuento y la leyenda*, Cuenca: CEPLI, UCLM.
- Pedrosa, J. M. (2004), *La autoestopista fantasma y otras leyendas urbanas españolas*, Madrid:
- Unesco (2008), *Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*,
- Velasco, H. (1989), «*Leyendas y Vinculaciones*», en *La leyenda: Antropología, Historia, Literatura*, pp. 115-132, Coloquio Hispano-Francés de 1986, Casa de Velázquez, Madrid: Universidad Complutense.