

d'una obra imprescindible de cara a aquest 2011 en què, precisament, fa vint anys de la desaparició prematura de Roig, per tal de poder-la revisar i recuperar.

AGNÈS TODA I BONET  
*Universitat Rovira i Virgili*

Margarida Bassols & Mila Segarra (eds.), *El col·loquial dels mitjans de comunicació*, Vic, Eumo, 2009, 271 pp.

L'objectiu del llibre, en paraules de les editores, Margarida Bassols i Mila Segarra, és acostar a un públic heterogeni el col·loquial mediatitzat o pseudocol·loquial, un registre nascut al segle XX com a conseqüència del desenvolupament dels mitjans de comunicació audiovisuals. Sense perdre de vista el referent normatiu, l'objecte d'estudi és el col·loquial mediatitzat, que, en relació amb el col·loquial real, presenta unes peculiaritats determinades pel fet d'adreçar-se a un públic ampli i heterogeni, amb la estandardització consegüent, per les diferents finalitats comunicatives o expressives i pels diversos gèneres, subgèneres i formats de la ràdio i, sobretot, de la televisió, que és el mitjà més estudiat. L'explicació de les dades lingüístiques es relaciona amb els altres codis que interactuen en el text mediàtic (paralingüístics, visuals, etc.) i el context comunicatiu (les especificitats del mitjà, el gènere, el context d'emissió i recepció, etc.). Així doncs, el col·loquial mediatitzat rep un tractament interdisciplinari, també en l'anàlisi de les dades estrictament lingüístiques (s'hi conjuminen la sociolingüística, l'anàlisi de la conversa, l'anàlisi del discurs, etc.).

En el capítol I, «El col·loquial dels mitjans», Margarida Bassols defineix el col·loquial mediatitzat, propi dels mitjans de comunicació orals, que combina trets de l'estàndard oral i del col·loquial real. El col·loquial real és oral espontani (mode), interactiu, és a dir, es dona cara a cara i amb el context compartit (tenor funcional), és informal (to interpersonal) i genèric (camp). El col·loquial mediatitzat o bé és oral sense suport escrit o amb un suport escrit mínim, en els segments més improvisats, o bé és escrit per ser dit en els segments més elaborats (amb una sintaxi més clara). Així, hi ha dues variants: d'un costat, el col·loquial mediatitzat espontani (llengua dels presentadors de magazins i dels «xòmans»); de l'altre, el col·loquial mediatitzat que fingeix espontaneïtat (sèries de producció pròpia i aliena o programes d'humor).

El tenor funcional de l'oral mediatitzat és interactiu, però la interacció es dona del professional a un grup de receptors heterogeni; hi ha poca retroalimentació; la recepció és instantània i només una part del context comunicatiu és a l'abast del receptor en la televisió, mentre que no ho és en absolut en la ràdio. El to interpersonal del col·loquial mediatitzat té un caràcter informal més controlat. El camp és genèric o específic amb tractament divulgador. Finalment, Bassols analitza les relacions entre l'estàndard oral i l'oral mediatitzat.

En el capítol 2, «La llengua oral col·loquial», Òscar Bladas estudia el col·loquial real, a partir de la transcripció i l'anàlisi d'un fragment de conversa. Tracta els nivells fonètic i morfològic, però sobretot el nivell sintàctic (incloent-hi la distribució de la informació) i el lèxic. Finalment, se centra en l'entonació i els codis paralingüístics, els recursos vocals no verbals i la gestualitat. En el cas del lèxic, per exemple, el repertori de mots és relativament reduït, si bé hi apareixen camps semàntics molt amplis, gràcies a la metàfora, l'analogia i altres procediments estilístics. Es constata l'abundància de mots comodí, formes expressives i rutines de parla. Les rutines de parla engreixen el text col·loquial i el fan més genuí.

En el capítol 3, «La locució del col·loquial mediatitzat», Josep Anton Castellanos proposa un seguit de trets fonètics propis del col·loquial real que podrien ser admissibles en un ús més espontani de la llengua estàndard (18 trets) i rastreja la presència d'aquests en un corpus de sèries (producció pròpia i aliena) i de magazins. Com a conclusió, Castellanos apunta que la diferència entre el llenguatge més espontani dels magazins i el més elaborat de les sèries és una qüestió de quantitat més que de trets específics: pocs dels trets considerats tenen una presència important en el corpus. Aquest fet es deu al predomini del català central en el corpus i al predomini en la locució de les sèries de producció pròpia i en el doblatge de les de producció aliena de l'estàndard propi més que de l'admissible.

David Paloma signa el capítol 4, «El col·loquial de les sèries de televisió», centrat en el col·loquial mediatitzat de les sèries televisives. En la fonètica predomina el català central, amb poques excepcions. La morfologia, bàsicament normativa, s'allunya força del col·loquial real. En la sintaxi s'observa una elaboració més acostada als registres no espontanis. Hi abunden les frases breus, juxtaposades, sense els encavalcaments característics del col·loquial real. Finalment, el lèxic col·loquial mostra una reducció en relació amb el dels textos preparats. Hi ha mots comodí (*cosa, fotre*), formes interfe-

rides habituals (*barco, carinyo*), tot i que, en general, les interferències s'eviten. Segons el tipus de sèrie, apareixen renecs, eufemismes i determinades unitats fraseològiques.

Anna M. Torrent és autora del capítol 5, «El col·loquial en les falques i en els espots publicitaris». L'autora observa l'augment d'un col·loquial de laboratori, en la ràdio (falques) i en la televisió (spots), que pretén l'apropament al receptor mitjançant una varietat de llengua més familiar i amical. En general, en el col·loquial publicitari abunden mòduls conversacionals per aparentar proximitat al destinatari. Els spots i les falques són missatges breus, per imperatius econòmics. Conseqüentment, els diàlegs resulten rígids, atés que s'ha de dir l'essencial. Amb l'humor, es busca captar el receptor i induir-hi l'empatia. Respecte de les característiques lingüístiques del col·loquial publicitari, la fonètica evita les realitzacions «descurades» del col·loquial real; l'espontaneïtat depèn sobretot de l'entonació i els elements paralingüístics. Els usos gramaticals del col·loquial publicitari són molt primmirats. En el lèxic, l'ús de mots i expressions col·loquials és eficaç per simular situacions comunicatives corrents, però s'eviten disfemismes, renecs o expressions grolleres, tan comuns en el col·loquial, per no ofendre l'audiència. També hi són absents castellanismes ben arrelats. La fraseologia és determinant per aconseguir l'efecte de col·loquialitat.

L'autora del capítol 6, «La mescla de llengües i el canvi de codi com a recursos de col·loquialitat en l'audiovisual», és Mila Segarra. S'estudien tres dels fenòmens deguts al contacte de llengües en diversos gèneres mediàtics: l'alternança de llengües o *crossing* (un individu bilingüe passa de la llengua matriu a una altra en funció de la llengua de l'interlocutor), el canvi de codi (canvi en el mateix enunciat no induït per la llengua de l'interlocutor) i la mescla de llengües (hibridació de formes procedents de diferents llengües en un mateix enunciat). Segarra estudia detalladament aquests fenòmens en diversos gèneres mediàtics. S'empren com a recursos expressius, amb moderació, atés que s'ha d'abastar una audiència àmplia, al costat d'usos destinats a difondre hàbits lingüístics desitjables, com ara el bilingüisme passiu, promogut per la Generalitat, més present en l'oral mediatitzat que en la societat catalana.

Neus Faura signa el capítol 7, «El col·loquial de les retransmissions esportives». El llenguatge de les retransmissions esportives del futbol i l'automobilisme es caracteritza per la presència simultània de tres registres: el tècnic, l'estàndard oral i el col·loquial real. Com a trets distintius, destaquen la falta de suport escrit (mode), la presència d'un context comunicatiu a la televisió i l'absència en la ràdio (tenor funcional) i un camp no genèric i específic, amb un tractament divulgador i un lèxic especialitzat. El

col·loquial es manifesta sobretot en la narració i en la terminologia. En la narració, Faura observa trets fonètics, morfològics, sintàctics i lèxics propis de l'estàndard, però també del col·loquial real. En el nivell lèxic, s'observen nombrosos recursos estilístics marcadament expressius (metàfores, comparacions). En la terminologia, es troben mots catalans i anglicismes, si bé en el cas del futbol hi ha anglicismes ja integrats en la llengua (*orsai, penal, gol*), mentre que en la terminologia de l'automobilisme encara no s'ha acomplert el procés de fixació, amb preferència de l'anglicisme sobre el mot genuí (*pole position* vs. *posició preferent*).

Mar Massanell, Adelaida Ferre, Maria Antònia Puigròs i Margalida Truyols són les autores del capítol 8, «Els geolectes». S'estudien tres geolectes: el col·loquial mediatitzat nord-occidental, valencià i balear. Quant al nord-occidental, Massanell distingeix entre el col·loquial mediatitzat espontani (presentadors de magazins) i el col·loquial mediatitzat elaborat que fingeix espontaneïtat (sèries de producció pròpia). En els magazins pot donar-se una barreja de trets dialectals propis i aliens, en incorporar-s'hi professionals de procedència nord-occidental. El català nord-occidental ha estat poc present en les sèries de producció pròpia (en les sèries de ficció, en personatges secundaris nord-occidentals i, en els programes d'humor, en paròdies de personatges públics nord-occidentals). Finalment, es descriu el geolecte de la sèrie d'humor *Lo Cartanyà*, ambientada a terres nord-occidentals. Adelaida Ferre s'ha ocupat del col·loquial mediatitzat valencià. L'autora estudia el bilingüisme de la sèrie de ficció *l'Alqueria Blanca*. Destaca l'ús diglòssic de català i castellà, que reflecteix els usos de l'època històrica (els anys 60 en un àmbit rural valencià) i la correcció gramatical d'un llenguatge costumista, que recorre sovint a refranys i frases fetes. El programa d'humor *Autoindefinit*s palesa una correcció lingüística que obvia la variació i proposa un model lingüístic oral correcte, senzill i clar. La col·loquialitat s'aconsegueix amb diversos recursos del col·loquial real (fraseologia pròpia, interjeccions, onomatopeïes, etc.). En els magazins, el col·loquial és molt diferent del dels formats de ficció, perquè sovint és menys elaborat. Puigròs i Truyols analitzen el col·loquial mediatitzat balear de la telenovel·la *Laberint de passions*. La presència d'actors i actrius procedents d'altres varietats del català va diluir la versemblança i la identificació dels espectadors amb la sèrie. S'observen entrebancs a la versemblança del geolecte balear en la fonètica, la morfosintaxi i el lèxic.

El capítol 9, «Els cronolectes», és signat per Isidre Muñoz, Glòria Torra i Ton Leonart. Els autors estudien la presència del registre juvenil català en els models lingüístics

que proposen les telesèries. La llengua estàndard es caracteritza per la durabilitat i la uniformitat; en canvi, el registre juvenil es caracteritza per la caducitat i la diversitat. El registre juvenil mediatitzat se situa a mitjan camí entre totes dues varietats. Les sèries televisives estudiades reproduïxen, en general, els recursos retòrics i comunicatius del registre juvenil real, però amb una presència molt menor. Així, s'analitzen, entre altres, l'ús de l'espanyol (menys usual que en la realitat), la metàfora, la ironia, la hipèrbole, el discurs reportat, els insults, l'obscenitat, les equivocacions, les repeticions i frases inacabades i la selecció del lèxic. En el registre juvenil real, la selecció del lèxic està determinada per la creació i desaparició constant de paraules; en canvi, en el mediatitzat només es recullen els termes nous més estables. Els autors proposen una sèrie de criteris de correcció per al producte lingüístic final en els programes infantils i juvenils, que pretén un equilibri entre la innovació característica i l'estabilitat que demana la correcció.

Margarida Bassols és autora del capítol 10, «Els sociolectes». Els sociolectes són el resultat de la jerarquització social, que depèn de la capacitat econòmica de les persones (per exemple, el parlar xava o el parlar aristocràtic). L'autora analitza també els argots, gràcies als quals els membres d'un grup augmenten la connivència i identitat entre ells o es volen diferenciar dels altres. Un dels argots que ha tingut històricament un paper important, dins els argots marginals, és el caló català. El capítol es clou amb una anàlisi de fragments procedents de textos audiovisuals de ficció representatius de diversos sociolectes (classe alta, classe baixa i argot).

El capítol 11, «La traducció del col·loquial de les telesèries», escrit per Laura Santamaria, aborda diverses qüestions que atenyen el procés de traducció de les telesèries de producció aliena. Es tracten quatre aspectes que s'han d'interrelacionar en el procés de traducció: les varietats dialectals de la telesèrie, les convencions del llenguatge audiovisual, la versemblança dels guions traduïts i la importància de la imatge en tot aquest procés. Per exemple, quant a les varietats dialectals, un fet destacable és que en les traduccions al català de sèries de producció aliena s'ha optat majoritàriament per no traduir un dialecte original per un dialecte concret del català.

Albert Rico signa el capítol 12, «Les tertúlies radiofòniques: entre el col·loquial espontani i el col·loquial elaborat». La tertúlia és un dels gèneres radiofònics que compta amb millor acollida. Qui condueix la tertúlia és un presentador o moderador, que pot actuar com a contertulià i pauta les intervencions. Les tertúlies radiofòniques tenen un doble destinatari: els propis contertulians i l'audiència. La finalitat de la tertúlia és

entretenir i informar, però en tractar-se temes d'actualitat, sovint s'hi susciten debats, sobretot de contingut polític. Els contertulians no són triats atenent a les qualitats estrictament radiofòniques ni al coneixement de l'estàndard oral. Entre els aspectes discursius de les tertúlies, s'analitzen l'estratègia argumentativa, els elements no verbals, la fonètica, la morfologia, el lèxic, els elements discursius i els modalitzadors. Tenen gran importància l'argumentació (es presenta un tema a debatre), els modalitzadors (*jo crec, diguem-ne*), amb els quals l'emissor atenua cortesament l'efecte de la seua afirmació, i els adverbis en *-ment* (*evidentment, absolutament*), molt freqüents en comparació amb el col·loquial real.

En conclusió, ens trobem davant d'una obra amb un gran interès científic i social, de plena actualitat pel tema tractat i pels mètodes aplicats. L'anàlisi del col·loquial mediatitzat en les complexes relacions que manté amb l'estàndard implica un important avanç en el coneixement del discurs dels mitjans, però també és una aportació cabdal a la lingüística catalana, per tal com les diverses formes d'aquell registre es constitueixen en models de llengua per als parlants i, alhora, reflecteixen les tendències lingüístiques més actuals.

PELEGRÍ SANCHO CREMADES  
*Universitat de València*

*Concepcions i discursos sobre la modernitat en la literatura catalana dels segles XIX i XX*, Punctum & Grup d'Estudis de la literatura catalana contemporània, Lleida, 2010, 283 pp.

El tàndem format per l'editorial lleidatana Punctum i el Grup d'Estudis de la Literatura Catalana Contemporània vinculat principalment a la Universitat Autònoma de Barcelona s'ha dedicat a difondre els resultats de diferents projectes d'investigacions estatals<sup>1</sup> així com també d'alguns congressos organitzats per aquest grup d'estudiosos de la literatura en què s'aborden i s'examinen qüestions de gran transcendència per a interpretar el passat i l'esdevenidor de la literatura catalana contemporània. Si repassem alguns dels títols que ja han vist la llum observarem dues línies bàsiques d'actuació

1. Dirigits pel professor Jordi Castellanos.