

Paraules que moren d'èxit, per Mònica Boixader

Les paraules moren. Totes, tard o d'hora, desapareixeran dels diaris i dels llibres, de les llengües que es vinclen per a dir-les, dels altaveus per on retrunyien i, fins i tot, dels diccionaris on, només algunes, poden aferrar-se per molts anys. De morts per a paraules n'hi ha a la carta. N'hi ha que moren de tant mutar, n'hi ha que es fonen a recer d'una altra que les va empenyent, n'hi ha que s'efumen per sempre assassinades per algun barbarisme sanguinari.

I hi ha aquelles paraules que arriben tot d'una, empolainades i seductores, i que, en un temps rècord, es troben desfilant per la catifa roja de les paraules més populars. Tothom les diu i el món s'emmotlla, a poc a poc, a la seva forma. I així un bon dia aquell veí insípid ens sembla molt *hipster*, i al forn de la cantonada hi venen uns croissants *brutals*, i aquella nit de festa esdevé, qui-sap-com, *èpica*, i quan la nostra iaia s'apunta a teatre la trobem molt *top* i diem que està *on fire*, i al matí fem un *muffin* dins del *tupper* del nostre fill. I tot aquest reguitzell de paraules, que amb un no res s'asseuen al tron de l'èxit més aferrissat, també moriran. I moriran tal com han vingut, de sobte, sense que ningú no ho esperi, sense que ningú no se n'adoni gaire i, fins i tot, sense que ningú no les planyi. Ni un polsim d'enyor no caurà mai sobre el seu record. I, si un dia les recordem, sentirem muntar aquell tuf agre, pútrid, de paraula vella i una mica ridícula que mai ningú no va saber ben bé què volia dir, si és que mai va voler dir alguna cosa... Qui diria, avui, que el seu marit és *metrosexual*? O que la veïna del tercer s'ha fet un pentinat *fashion*? O, més encara, que aquell film és *demasié*? Qui recorda, avui, aquella època en què internet s'escampava i tot es tornava ciber-quelcom? Aquella època en què la gent anava als *cibercafès*, quedava amb *ciberamics* i feia *cibersexe*?

La vida i la mort de les paraules d'èxit és un misteri inconnegut, potser de resolució impossible. Derek Walcott deia: “La llengua anglesa no és propietat de ningú en concret. És propietat de la imaginació: és propietat del llenguatge.” Potser, doncs, el llenguatge té el seu propi llenguatge, amb els seus mecanismes que van més enllà d'un idioma concret. Uns engranatges, potser perfectes, que funcionen semblantment en totes les llengües, i dels quals nosaltres, els parlants, només sabem percebre-hi uns vaivens estranys i màgics, d'hipnotisme plàcid. Així, en aquest balanceig, pronunciem una vegada i una altra les paraules d'èxit. I, en dir-les, ens fan l'efecte d'un petit buf de perfum car, d'un mossec de fruita exòtica, d'una mica de nit d'estiu enmig de la quotidianitat grisenca.

Les paraules dels culs de cafè sublims

El dia 2 d'octubre de l'any 1930, el setmanari *Mirador* publicava una columneta de Josep Maria de Sagarra en què parlava, sota el títol de “Sobre la intel·ligència”, precisament d'aquestes paraules, que ell anomenava *standard*. En aquest article, Sagarra provava d'analitzar-ne l'èxit sobtat tot fent servir l'exemple dels adjectius *intel·ligent* i *discret*, que es deien en doina als cafès, diaris i cases de la Barcelona dels anys trenta. “De primer són usades per quatre culs de cafè sublims, que vénen a ésser com els modistes de la literatura. Aquests senyors les diuen amb un aire excèntric, recalcant-les, picant l'ullet i engegant un fum de tabac corrosiu”. I després tot és feina del caprici de l'atzar. “Si les paraules fan sort, al cap d'un mes les trobareu penjades als llavis d'un d'aquells senyors que només va a les penyes per fer una mica de cultura i per pescar un càrrec”. Ço és: la paraula del moment passarà de la boca del sublim a les orelles del mediocre. Que, al seu torn, una nit murmurarà a la muller: “Trobo que duus unes lligacames molt discretes”. I de la muller a la cuinera: “La carn d'olla era bastant discreta”. I així, amb molt poc temps, la paraula farà una fortuna impensable.

Aquestes paraules de què ens parla Sagarra, però, eren paraules catalanes — amb alguna excepció més aviat francesa, com és ara *démodé* o *bizarre*—, que es posaven de moda gràcies a les converses gomoses de cafè i als passavolants que se les escoltaven. I que expandien el seu significat fins a ser vàlides per a descriure-ho tot. Avui, bona part d'aquestes paraules són manllevades de l'anglès o del castellà. I això és així perquè els focus de

propagació ja no són els cafès barcelonins, sinó les pantalles, que relliguen els catalanoparlants amb el món i també, és clar, amb les tendències lingüístiques d'Espanya. De vegades, però, aquestes paraules són adaptades ràpidament al català, com passa amb *èpic*, que no és una moda autòctona, sinó la traducció del popularíssim anglicisme *epic*. O com és el cas de *fer pal*, que hem adaptat del castellà *dar palo*, fins i tot canviant-ne el verb. D'altres vegades, però, encabir la paraula a la nostra llengua és un calvari. Un o una *selfie*? *Selfie* o *selfy*? O potser *selfi*? I ja tenim als columnistes de tot el país entretinguts.

Si a l'època de Sagarra les paraules exitoses eren en català i acabaven circulant per totes les franges d'edat, avui hi ha, amb les paraules que es posen de moda, fronteres generacionals que s'imposen i, alhora, fronteres lingüístiques que s'esfumen. Sense Instagram no hi ha *mood* i sense Twitter només *piulen* els pardals i els *fills* reposen al costurer, per exemple. De vegades, aquestes paraules i expressions que es couen en la lletra escrita de dessota píxel, no traspassen a la llengua parlada. Seria el cas de *LOL* (Laughing Out Loud) o *WTF* (What The Fuck).

D'altres, en canvi, emergeixen de la pantalla televisiva, o de la ràdio, amb una fugacitat esfereïdora. Sovint són adjectius hiperbòlics, que posen una nota de sal a la monotonia de cada dia. Així, quan el cafè no duu prou sucre esdevé *horrible*, o quan avises al teu interlocutor que te'n vas a fer una fotocòpia et diu *fantàstic!* Ni el cafè és tan horrible, ni encaminar-se cap a una fotocopiadora és tan fantàstic. Són, doncs, el col·lectiu d'adjectius que ens fan viure la vida adotzenada amb aquell apassionament caricaturesc de telenovel·la de tarda d'agost. I aquesta adjectivació desmesurada, que per a l'esperit humà potser és benigna i necessària, també és la malura que es menja tot el ventall de paraules que hi ha a l'endemig d'*horrible* i de *fantàstic*, és la malura que es menja el matís. I tampoc no podem dir que sigui una evolució pròpia, perquè, tal com passa amb *èpic*, les paraules *horrible* i *fantàstic* vénen pel camí de l'anglès. Però les paraules que furtem sense voler dels mitjans de comunicació són, sovint, una mica més rebuscades que no pas aquestes. Sobretot quan vénen dels informatius, en què tot passa en *cúpules* imaginàries, els col·lectius i les seves decisions poden *blindar-se* i la informació se'ns explica enmig d'un ruixim de mots llargs i inconcrets que sempre acaben amb el sufix *-tat*: *sostenibilitat*, *biodiversitat*, *credibilitat*, *privacitat*... I ens enamoren.

Una paraula d'èxit mor quan la diu la nostra mare

Però parlem, ara, de l'hora greu d'aquests mots. Quan les paraules de moda traspassen les fronteres generacionals que dèiem, es pot dir que signen el seu certificat de defunció. Una paraula d'èxit mor quan la diu la nostra mare. I fins i tot pot ser que quan això passa ja faci molt de temps que la paraula sigui morta. Sabem que una paraula ha mort, també, quan Youtube s'omple de tutorials festívols perquè n'aprenguem el significat i la pronúncia. "Aprèn el significat de *cool* en tres minuts i cinc exemples!" Les paraules d'èxit són així: moren de tanta vida. L'èxit les basteix i l'èxit les aterra. De tant dir-les es tornen banals, obsoletes. Ens en cansem, vaja. "Els passa com als homes quan es fan milionaris: que van perdent caràcter, valor i energia i es converteixen en una cosa poruga, desinflada, sense gaire gust", escrivia Sagarra. N'hi ha poques, molt poques, que aconseguen perviure amb dignitat després de la davallada. Potser els casos més fascinants de supervivència i normalització són els dels mots *guai* i *xulo*, que diuen mainada i avis ensems.

L'afluència creixent d'aquests mots, generalment estrangers, sovint fa desembeinar l'espasa als lingüistes catalans més immobilistes. Però, realment són una amenaça, les paraules d'èxit? Segons Johnson, articulista de *The Economist*, no cal que perdem energia bandejant paraules novelles i desenterrant-ne d'antigues. Perquè les paraules d'èxit són paraules de palla, de plàstic, de fum. Paraules que, malgrat la posada en escena triomfal, duen la mort arrapada a la cua. I només és qüestió de temps.

Article aparegut a *Núvol, el digital de cultura* (31/01/2019)