

Piulant paraules noves

Anàlisi contrastiva de neologismes detectats a Twitter i a la premsa

Ariadna de Anta Marquillas

Treball final de grau de Llengua i Literatura Catalanes

Universitat Oberta de Catalunya

Curs 2018-2019

Directora: Ona Domènech Bagaria

AGRAÏMENTS

He vist tan lluny aquest moment que a vegades he temut que no arribés mai, però entre banys de sol i ombra finalment ha arribat, per això, aquest treball és l'esclat d'una il·lusió. Una il·lusió complerta alguns anys després del que hagués desitjat, però és que no ha estat feina fàcil compaginar família, feina i estudis al llarg d'onze semestres. Lligar tota aquesta dedicació m'ha fet conviure amb horaris, a vegades fora d'òrbita, que han posat a prova l'habilitat d'encaixar peces que semblaven impossibles d'encaixar. Elaborar aquest treball ha sigut tan apassionant com esgotador, dues característiques que també defineixen bé com he viscut el grau de Llengua i Literatura Catalanes.

Per aquest motiu, el meu agraïment més sincer i profund per a en Roger que, comprensiu i generós, m'ha donat suport i ha cregut en mi en tot moment, a vegades més que jo mateixa.

A la Dúnia i a la petita Magalí, a qui he pres tantes hores, però a qui no els ha faltat mai un somriure tot i fer-me saber que em trobaven a faltar.

A la directora d'aquest treball, l'Ona Domènech, pel seu acompanyament i mestratge, per les observacions, les propostes i les correccions incansables que m'han permès donar un sentit més complet a la feina feta. Sent conscient que l'estudi a distància pot ser molt solitari, en aquest procés no m'he sentit mai sola.

Finalment, a tots els professors de la UOC perquè, cadascun des del seu àmbit i a la seva manera, m'han sabut transmetre la passió i l'interès per les diferents àrees del grau i m'han conduït cap a uns coneixements que sempre tindré presents.

1. ÍNDEX

1. Índex.....	3
2. Introducció.....	4
3. Marc teòric i metodològic.....	5
3.1. La neologia i els neologismes.....	5
3.2. L'Observatori de Neologia de la Universitat Pompeu Fabra.....	9
3.2.1. Criteris i metodologia de l'OBNEO.....	10
3.2.2. Mecanismes de formació lèxica.....	10
3.3. Twitter com a font de buidatge de neologia.....	13
3.3.1. Quatre pinzellades sobre Twitter.....	13
3.3.2. El llenguatge a Twitter.....	14
4. Descripció i anàlisi dels corpus de neologismes.....	16
4.1. Aspectes metodològics.....	16
4.1.1. Criteris de constitució dels corpus de neologismes.....	17
4.1.2. Metodologia de buidatge dels comptes de Twitter.....	19
4.2. Anàlisi contrastiva dels dos corpus de neologismes.....	20
4.2.1. Descripció general dels neologismes documentats a Twitter.....	20
4.2.2. Descripció general dels neologismes documentats a la premsa.....	25
4.2.3. Resultats de l'anàlisi contrastiva entre els dos corpus de neologisme...29	
5. Conclusions.....	37
6. Bibliografia.....	41
Annexos.....	44
Annex 1. Corpus de neologismes procedents de Twitter.....	44
Annex 2. Corpus de neologismes procedents de la premsa.....	49

2. Introducció

Aquest treball es proposa analitzar un conjunt de neologismes detectats a la xarxa social Twitter i fer una comparació amb els que es detecten a la premsa escrita. L'anàlisi de la productivitat neològica en tots dos àmbits ens ha de permetre, en primer lloc, apropar-nos a Twitter com a àrea poc estudiada pel que fa a la creació neològica i destriar quines característiques específiques presenta per a la investigació de paraules noves i, en segon lloc, veure quins trets comparteix i en quins difereix amb la premsa.

Què és la neologia? A què ens referim quan parlem de neologismes? Com són els neologismes de Twitter? Quina productivitat tenen? Són diferents dels que trobem a la premsa? Per dur a terme aquesta anàlisi, cal que anem responnent de mica en mica aquestes preguntes, d'una banda, per apropar-nos a la neologia com a disciplina, i de l'altra, per analitzar les característiques del llenguatge a les xarxes socials, i més concretament les paraules noves que apareixen a Twitter. Per aquest motiu, el treball es divideix en dues parts: en la primera s'aborda el marc teòric i metodològic sobre la neologia i les característiques que presenta Twitter per al seu estudi, i en la segona part es fa una anàlisi contrastiva entre dos corpus de neologismes proporcionats per l'Observatori de Neologia de la Universitat Pompeu Fabra (OBNEO): un que conté dades procedents de Twitter, i l'altre, dades de la premsa escrita (diaris), amb l'objectiu d'establir quines similituds i diferències presenten cadascun.

Així doncs, aquest treball ens permetrà apropar-nos al món de la neologia a partir d'acotar, en la mesura que sigui possible, les bases que conformen aquesta matèria d'estudi a través dels criteris que cal tenir en compte a l'hora de mesurar-la i aplicar-la. Per això, ens fixarem i seguirem les pautes i la metodologia de l'OBNEO per desenvolupar l'estudi, atès que es tracta d'una institució cabdal en aquest camp que té com a propòsit cobrir i aglutinar tots aquells aspectes que conformen l'anàlisi de paraules noves.

D'altra banda, farem una aproximació al fet que el llenguatge s'ha vist sacsejat per l'aparició de les noves tecnologies de la informació i la comunicació. Per aquest motiu, intentarem abastar quins són els trets característics del llenguatge en aquest nou marc comunicatiu i si, en el cas de les xarxes socials —i més concretament Twitter—, aquests trets poden aportar una nova perspectiva d'anàlisi sobre la innovació lèxica. Per això, serà necessari que valorem les característiques del llenguatge a les xarxes socials, o ciberllenguatge, des de la premissa que el nou context remet a un tipus de comunicació en evolució constant i a gran velocitat. Per tant, veurem com aquest llenguatge, a cavall de la llengua oral i de la llengua escrita, es representa a la xarxa i, lògicament, quin paper hi juga la neologia.

Com hem dit, l'objectiu principal d'aquest estudi és mostrar com són els neologismes de Twitter, quines característiques tenen i quina influència cal atribuir al marc comunicatiu. És per això que treballarem amb dos corpus de dades diferenciats, Twitter i premsa, per determinar quines característiques presenta cadascun i poder-les confrontar, posant especial èmfasi en els neologismes detectats a la xarxa social. Analitzarem, doncs, la capacitat de creació lèxica i la forma que prenen els neologismes en cadascun dels corpus de dades tenint en compte l'activitat creixent i, alhora, poc estudiada de Twitter.

Exposarem la idea que el buidatge neològic dut a terme a Twitter esdevé interessant en la mesura que permet, d'una banda, observar el canvi i l'evolució de la llengua a temps real, i de l'altra, valorar la convergència de diferents graus de representativitat, com ara la barreja de perfils i registres o els principis de concisió i economia de l'espai propis del ciberllenguatge; tot plegat per donar compte sobre si aquests trets resulten interessants per a l'estudi de la neologia lèxica. Així, la comparació entre els dos corpus de dades ens permetrà veure quin és el grau d'activitat neològica a la xarxa social en comparació a la premsa, com s'hi veu representada, en quins aspectes pot diferenciar-se'n, quins comparteix i, en definitiva, quina aportació pot fer de l'ús real del fet lingüístic des de la perspectiva de la neologia.

Volem assenyalar que l'interès per la llengua i els neologismes a les xarxes socials també podria haver-se enfocat cap a un vessant més sociolingüístic i fer una valoració sobre com s'infiltraen nous mots de manera natural a l'entorn digital, i com es normalitzen en el ciberllenguatge. És a dir, hi ha tot un reguitzell de paraules noves que apareixen constantment a les xarxes socials per donar nom i significat a conceptes que, a vegades, només tenen sentit en el món digital i no són extrapolables a altres entorns; i d'altres, que s'escampen arreu. Per tant, també considerem interessant la possibilitat de fer, per una banda, una anàlisi de l'argot *xarxosocialístic*, i per l'altra, veure com determinades paraules traspassen aquest context per *viure* a qualsevol lloc. Però com ja hem deixat clar, en aquest cas ens trobem davant d'un estudi formal de l'activitat neològica a Twitter a partir de l'anàlisi contrastiva d'aquesta mateixa activitat a la premsa escrita, i això fa que tinguem una comparació de la dinàmica neològica des de dos marcs comunicatius ben diferenciats amb l'objectiu de conèixer, principalment, els neologismes de la xarxa social.

3. Marc teòric i metodològic

3.1. La neologia i els neologismes

La capacitat d'una llengua per crear noves unitats conforma una de les característiques que denota que la llengua és viva. Així mateix, aquesta capacitat creativa demostra la condició d'adaptabilitat que tenen les llengües per fer front a les exigències de les situacions de la vida real, en qualsevol

registre i sobre qualsevol temàtica. Trobem, doncs, que l'arribada de paraules noves esdevé matèria d'estudi en la mesura que permet l'anàlisi exhaustiva de les unitats que s'incorporen a la llengua. Tanmateix, la tasca de descriure la disciplina i les nocions que se'n deriven ha anat evolucionant a l'hora de definir què s'entén per neologia i neologisme, és per això, que començarem per acotar aquestes nocions.

En primer lloc, cal que apuntem de manera general que per *neologia* s'entén la introducció d'una unitat lèxica o un altre recurs lingüístic nou en una llengua. Notem però, tal com assenyala Cabré (2002: 31), que aquesta definició propera a la lexicologia clàssica, tot i preveure l'aparició de tota mena de fenòmens lingüístics, ja siguin fonètics, fonològics, morfològics, sintàctics o lèxics fruit de l'evolució d'una llengua viva, resulta pobre si es tenen en compte les diverses activitats aplicades que se'n deriven. A banda, convé assenyalar que és en l'àmbit lèxic on més es manifesta el fenomen, de manera que es fa referència a *neologia lèxica* a l'hora de fer al·lusió a l'aparició de paraules noves. Així mateix, cal tenir en compte que la neologia abraça aspectes lingüístics però també culturals i polítics que, des d'aquests tres eixos d'anàlisi, desemboca en diverses activitats com ara el procés pràctic de creació de les noves unitats, l'estudi teòric i descriptiu de les innovacions lèxiques, la planificació lingüística sobre aquestes noves unitats o l'activitat lexicogràfica en relació amb el tracte de les noves unitats. En definitiva, tal com apunta Alain Rey (1988) —citad per Cabré (2002: 31)—:

La neologia és una activitat, un procés, una dinàmica, que, a l'interior d'un sistema lingüístic, d'una entitat cultural o d'un grup social de parlants, produeix unitats lèxiques noves i unitats terminològiques noves, ja sigui per vehicular les novetats d'un món en evolució constant, ja sigui per designar conceptes que ja existeixen.

Veiem, doncs, que a l'hora d'acotar la noció de la neologia com a disciplina cal obrir la perspectiva i treballar des d'un triple eix d'anàlisi: lingüístic, cultural i polític. Així mateix, delimitar el concepte *neologisme* pot resultar més complex, ja que si considerem la neologia com un procés dinàmic, és a dir, com una representació de la llengua en moviment, cal acotar quines característiques i requisits han d'assolir els neologismes com a actors de l'obra. En resum, si bé la neologia es pot explicar com el procés de formació de mots nous de manera indiscutible, els neologismes com a fruit d'aquest procés esdevenen una noció controvertida.

Troblem així que delimitar el caràcter neològic de les unitats resulta complex en la mesura que cal plantejar si cada paraula nova que entra en una llengua és un neologisme. Segons Rey (1976) —citad per Estopà (2010: 18)—, definir el concepte pot resultar tan ambigu que potser seria

més adient catalogar-lo com a *pseudoconcepte* donada la seva naturalesa mancada d'objectivitat. La polèmica rau a apuntar si ens trobem davant d'una unitat neològica, atès que es parteix d'un resultat relatiu i subjectiu, i per tant, la condició de *novetat* no representa una novetat objectiva sinó un *sentiment de novetat*. Aquest autor proposa que es determini el caràcter neològic de les unitats partint de tres paràmetres d'identificació, com són el temporal, el psicolingüístic i el lexicogràfic. Seguint aquest criteri, el paràmetre de temporalitat respon a unitats aparegudes en un període recent; el psicolingüístic s'adiu amb la percepció dels parlants sobre la condició de *novetat* de la paraula; i el lexicogràfic té en compte si la unitat es troba recollida en algun corpus lexicogràfic prèviament fixat. D'acord amb Rey, Jean-Claude Boulanger (1985) —citad per Cabré (2002: 19)—afegeix:

Le constat de la neologicité d'un mot s'effectue de différentes manières: verification lexicographique, connaissance memorielle intuitive de la langue, etc. Le seul critère objectif demeure le contrôle lexicographique, fort critiqué mais néanmoins tout aussi commode et valable que le classement alphabétique des unités lexicales dans un dictionnaire.

En aquest sentit, Boulanger també destaca, com a criteri de major autoritat, el paràmetre lexicogràfic. Ara bé, tal com apunta Cabré (2002: 19), si bé el criteri lexicogràfic sembla indispensable, tampoc resulta suficient si tenim en compte que una paraula és un conjunt de forma i significació, de manera que la presència formal d'aquesta en una obra lexicogràfica no exclou la possibilitat que una unitat presenti canvis de caràcter neològic. D'altra banda, cal considerar quina font lexicogràfica conformarà el corpus lexicogràfic de referència i exclusió, ja que la delimitació del tipus de neologia tractada és determinant per considerar la pertinència del corpus.

Segons hem vist, els tres paràmetres esmentats semblen vagues en la mesura que barregen la definició de neologisme com a concepte amb els criteris de detecció d'aquestes unitats. Per això, com apunta Estopà (2010: 18), és pertinent separar aquestes dues qüestions i, a l'hora de definir què és un neologisme, fer valdre el *criteri temporal* de Rey en la mesura que una unitat apareguda en un període recent ja es troba forçosament lligada de manera natural al concepte *novetat*. A la vegada, també reforça la idea que el criteri lexicogràfic resulta el més objectivable i *tangible*¹ a l'hora de detectar i identificar paraules noves. D'altra banda, Cabré (2002: 33) afegeix als criteris de diacronia, lexicografia i psicolingüística, el d'estabilitat sistemàtica segons el qual una unitat és neològica si presenta signes d'estabilitat formal o semàntica. Comptat i debatut, es tracta de criteris

1 El criteri tangible correspon a la utilització de paràmetres documentals que permeten considerar neològiques paraules o expressions que no es troben documentades en un corpus sigui lexicogràfic o sigui textual, prèviament establert (Estopà 2010: 19).

que no s'exclouen entre si, sinó que poden complementar-se. Ara bé, els buits que es deixen sense resoldre han afavorit que el neòlegs optin de manera preferent pel criteri lexicogràfic, ja que es tracta del criteri més sistemàtic, objectivable i *tangible*.

D'altra banda, també és necessari apuntar els diferents matisos o classificacions que admet la disciplina neològica, ja que si bé trobem diferents criteris de formació² de nous mots també podem distingir els criteris que fan referència a l'origen de cada neologisme.

Cabré (2004: 29) explica que la via de creació de les noves unitat lèxiques permet distingir entre *neologismes espontanis* i *neologismes planificats*, en la mesura que la primera ens remet a un acte individual, en canvi, la segona és principalment institucional. En aquest sentit, la *neologia planificada* juga un paper rellevant a l'hora de preservar la llengua, ja que en tractar-se d'una operació reflexiva, implica que l'establiment de noves paraules s'articuli al voltant de nocions normatives i expressions genuïnes; i que, a més, la implementació d'aquestes unitats s'impulsi per via institucional. En canvi, la *neologia espontània* s'esdevé davant la necessitat immediata de denominar un concepte nou o una variació d'alguna expressió i pot sorgir de manera inconscient o des de la voluntat de destacar i fer notar alguna idea de manera original.

Una altra manera de classificar la neologia, però que també manté relació amb aquesta distinció entre espontània i planificada, és la que distingeix entre *neologia denominativa o referencial* i *neologia expressiva o estilística*. Tal com apunta Freixa (2002: 70), el primer tipus de neologia respon a la necessitat de cobrir necessitats denominatives i la seva pràctica es correspon, en la majoria de casos, a l'àmbit de la terminologia, que necessita omplir buits reals o adequar algunes formes de manera estable, així que les unitats neològiques que se'n deriven solen anar lligades a neologismes planificats. Altrament, la tipologia *expressiva o estilística* s'adiu amb el caràcter espontani que s'emmarca dins la llengua general, per aquest motiu les unitats naixents ho fan des de la necessitat comunicativa dels parlants, sovint per afegir expressivitat al discurs. Així doncs, es tracta més aviat d'aconseguir un objectiu estètic que es correspon a factors extralingüístics i que sol ser individual i espontani.

Per acabar aquest apropament a la disciplina, tornem a fer referència al fet que qualsevol llengua moderna, com és el cas del català, ha de cobrir tot un seguit de necessitats. La capacitat d'abordar diferents temàtiques o l'adequació a diversos registres són requeriments que mostren l'aptitud d'adaptabilitat i d'evolució d'una llengua alhora que el nivell de vitalitat de què gaudeix. Apuntem, per cloure, les paraules de Cabré (2002: 30) que reflexionen sobre la neologia com a recurs per apoderar una llengua:

2 Vegeu l'apartat 3.2.2. *Mecanismes de formació lèxica*.

La neologia, doncs, es mostra com un dels grans temes que les diverses llengües de cultura s'han plantejat com un repte de continuïtat [...] En efecte, només si una llengua és capaç d'adaptar-se als grans canvis que proposa el món actual podrà subsistir com a llengua «apta per a tots els usos», en cas contrari, si no és capaç de respondre a les necessitats cada cop més diversificades de la societat, anirà reculant fins a esdevenir una llengua «familiar i col·loquial» i perdrà, doncs, el seu estatus de cultura.

3.2. L'Observatori de Neologia de la Universitat Pompeu Fabra

L'Observatori de Neologia (OBNEO) va néixer l'any 1988 de la mà de M. Teresa Cabré com a grup d'investigació de la Universitat de Barcelona, però l'any 1994 es vinculà com a projecte de recerca a l'Institut Universitari de Lingüística Aplicada (IULA) de la Universitat Pompeu Fabra. Explica Domènech (2008) que l'objectiu inicial d'aquest projecte era principalment encarregar-se de la detecció i recopilació de neologismes en català i castellà, de premsa escrita editada a Barcelona, per tal de configurar un corpus de neologismes susceptibles de ser incorporats a les obres lexicogràfiques de referència; analitzar els recursos de la formació de mots i facilitar l'intercanvi entre plataformes dedicades al treball neològic. Tanmateix, amb el temps, l'evolució i la sistematització³ de la metodologia de treball d'aquesta institució ha permès ampliar els camps de recerca a través, per exemple, del canvi de buidatge manual a buidatge semiautomàtic, o de la incorporació de noves fonts de buidatge com la ràdio i la televisió o, més recentment, Twitter.

Val a dir que el treball informatitzat i en línia ha estat clau per a aquesta evolució, ja que això ha permès obrir el projecte i apropar dades⁴ i recursos a diferents perfils destinataris. En paraules de Domènech (2008: 19) «el Observatorio ha podido materializar uno de sus objetivos prioritarios: su aplicabilidad social, gracias a su apertura al exterior y a su aproximación a los distintos sectores de la sociedad», i crear, així, eines com un banc de neologismes, un cercador de neologismes, bústies neològiques o un diccionari de neologismes, entre altres recursos. A més, el treball en línia també ha afavorit la creació d'una xarxa⁵ d'observatoris que facilita el treball cooperatiu.

En definitiva, la tasca de l'Observatori permet recopilar tota mena de neologismes, des d'unitats estables a unitats efímeres passant per castellanismes o anglicismes de moda, tot plegat amb la voluntat de recollir allò que diuen i escriuen els parlants, de tenir una visió més real del canvi lingüístic i del seu comportament.

3 El sistema inicial *SEXTAN* ha estat substituït pel sistema *BUSCANEEO*.

4 El banc de dades *BOBNEO* permet fer cerques de neologismes concrets, o de neologismes per períodes o per tipus. Es pot consultar lliurement a: <<http://obneo.iula.upf.edu/bobneo/index.php>>.

5 El detall de les xarxes d'observatoris es pot consultar a: <<https://www.upf.edu/web/obneo/xarxes>>.

3.2.1. Criteris i metodologia de l'OBNEO

L'OBNEO utilitza per a la identificació de neologismes el *criteri d'exclusió lexicogràfica*, d'acord amb el qual una unitat es considera neològica si no consta en un corpus lexicogràfic d'exclusió,⁶ que en el cas del català està format pel *Gran diccionari de la llengua Catalana* de l'Enciclopèdia Catalana⁷ i el *Diccionari de la llengua catalana* de l'Institut d'Estudis Catalans.⁸ Com hem vist amb les propostes de Rey i Boulanger, aquest criteri,⁹ assenyala Domènech (2008: 23-24), resulta el més objectivable i *tangible* atès que permet garantir que la feina de buidatge sigui coherent i sistemàtica per part de qualsevol persona que hi col·labori; assegura l'actualització constant dels diccionaris amb dades sorgides, en gran mesura, de l'ús social; i automatitza l'extracció de neologismes formals monolexemàtics. Ara bé, val a dir que el criteri lexicogràfic, com ja hem esmentat anteriorment, presenta algunes limitacions. Si bé podem destacar-ne, en positiu, l'eficàcia i coherència de la sistematització en el procés de buidatge i detecció «dicho criterio presenta también alguna limitación importante, puesto que permite etiquetar como neológicas formas que, aunque no esten recogidas en los diccionarios, no serían percibidas como nuevas por el hablante común» (Domènech 2008: 25).

Amb l'objectiu de polir el *criteri d'exclusió lexicogràfica*, des de l'OBNEO s'han establert alguns filtres per tal d'afinar la detecció. En destaquem alguns, com ara el fet que es consideren neologismes aquelles paraules que, tot i trobar-se documentades en el corpus d'exclusió, presenten marques de neologicitat, com seria el cas de *western* o *mountain-bike*. O bé el fet que no es considerin neològiques les formes d'augmentatiu, diminutiu i superlatiu, atesa la seva extensa capacitat de derivació, ni tampoc els adverbis acabats en *-ment* o els mots amb el prefix *ex-* adjunt a càrrecs, oficis o relacions personals.

Així i tot, la sistematització en el procés de buidatge presenta restriccions i no permet la detecció de neologismes semàntics, sintagmàtics i sintàctics, de manera que es manté una part de buidatge manual per tal d'incloure les unitats amb aquest caràcter. Val a dir, però, que actualment s'està treballant en un extractor que permeti la detecció automàtica de neologia d'aquesta tipologia.

3.2.2. Mecanismes de formació lèxica

6 Les obres del corpus lexicogràfic d'exclusió per al castellà són: *Diccionario de la Lengua Española* [DRAE] (23a. ed.). Madrid: Espasa Calpe, 2015. <<http://www.rae.es/>> ; *Diccionario de uso del español de América y España* [VOXUSO], Barcelona: Spes Editorial SL, 2003 [CD-ROM].

7 *Gran diccionari de la llengua catalana* [GDLC]. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1998. <<https://www.enciclopedia.cat/obra/diccionaris/gran-diccionari-de-la-llengua-catalana>>.

8 Institut d'Estudis Catalans. *Diccionari de la llengua catalana* [DIEC2]. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, Edicions 62, 2007 <<https://mdlc.iec.cat/>>.

9 Es pot consultar el document complet *Metodologia del treball en neologia: criteris, materials i processos*. Barcelona, IULA, 2004. <<https://www.upf.edu/web/obneo/metodologia>>.

En aquest apartat farem una breu pinzellada¹⁰ d'alguns dels recursos de formació de mots, partint de l'exposició de les obres OBNEO 2004 i Cabré, Domènech i Estopà 2014.

Un dels procediments tradicionalment més productiu en català és la **sufixació** i, de retruc, és també un dels processos més emprats en la formació neològica. Aquest procés derivatiu s'esdevé amb l'adjunció d'un sufix a una paraula i permet formar noms, adjectius i verbs. Així mateix, tots els neologismes sufixats (nominals, adjectivals o verbals) poden formar-se a partir d'un radical que pertany a una categorial gramatical diferent de la categoria final (ex.: *autodeterminista*, *bilingüista*, *folkloritzar*).

Un altre dels procediments més productius en català és la **prefixació**. Aquest recurs ha generat controvèrsia en la classificació dins les diferents gramàtiques¹¹ catalanes, ja que algunes l'han considerat un procés de derivació, entès com l'adjunció d'un afix a un mot, i d'altres, un procés de composició, entès com la unió de dues formes que n'esdevenen una altra. En aquest sentit, l'OBNEO (2004: 83) assenyala que tant pot considerar-se composició com derivació atès que molts prefixos coincideixen, formalment i semànticament, amb preposicions i adverbis procedents del llatí o el grec (ex.: *alegalitat*, *prepagament*) fet que fa emmarcar aquestes formes¹² de prefix adjuntades a un radical amb el procés de derivació. En canvi, altres formes coincidents també amb preposicions i adverbis s'inclourien dins la composició (ex.: *contrarellotge*, *sobreoferta*) atès que es tracta de la combinació de dos radicals. D'altra banda, es pot aplicar la consideració que els prefixos tòncics corresponen a la composició i els àtons a la derivació. Finalment, val a dir que es posa èmfasi en el fet que cal ser curosos a l'hora de detectar neologismes formats per aquest procediment, atès que la predictibilitat elevada d'aquestes formes fa que sovint passin per alt.

Trobem, també, els neologismes formats per **composició**, que pot ser culta o patrimonial. La **composició culta** és un procediment en què les noves unitats lèxiques presenten un o més morfemes de *formant culte*. Aquests *formants cultes* són formes del fons grecollatí que s'incorporen, sigui en forma prefixada o sufixada (ex.: *biopirateria*, *totòleg*). També s'inclouen en aquest grup els neologismes que s'han format a *la manera culta*, és a dir, ajuntant dues bases patrimonials amb una vocal de suport (ex.: *ludicocultural*, *bascofrancès*). La **composició patrimonial** consisteix en la unió de dos o més lexemes catalans simples o complexos que formen una unitat lèxica i que donen lloc a formes com *parallamps*, *rentaplats* o *filferro*.

Pel que fa a la formació de neologismes per **sintagmació** es tracta de la lexicalització d'una estructura sintagmàtica, com en el cas de *blat de moro* o *pou cec*. Segons la proposta de Cabré,

10 La descripció que presentem és només una aproximació als processos de formació de mots nous. Per a una explicació més detallada proposem la consulta de: Cabré; Estopà (2009) i Freixa; Bernal; Cabré (2015).

11 L'OBNEO (2004: 84) parla de Marvà (1932); Fabra (1956); Badia (1962); Moll (1968); Ruaix (1986); Cabré (1994); *Gramàtica del català contemporani* (2002).

12 Prefixos com *-a*, *-des-*, *es-*, *dis-*, *bes-* *re-*, *pre-* i *trans-* són exemples citats per l'OBNEO (2004: 83).

Domènech i Estopà (2014: 88), mentre que la composició patrimonial forma paraules de component morfològic, la sintagmació forma unitats de component sintàctic, és a dir, una combinació sintàctica esdevé una unitat lèxica.

D'altra banda, també trobem la formació neològica per **truncació** que inclou tres varietats de comportaments neològics com són l'**abreviació**, l'**acronímia** i la **siglació**. Aquests procediments responen principalment a criteris fonològics, fet que propicia que els neologismes que se'n deriven siguin més espontanis i efímers. Pel que fa a l'**abreviació**, consisteix en l'escurçament d'un mot ja existent o d'un sintagma (ex.: *bici* de *bicicleta*, *municipals* per *eleccions municipals*). En el cas de l'**acronímia**, es tracta de l'obtenció d'una unitat lèxica a partir de la unió de segments procedents d'un sintagma (ex.: *aiguagim* de la unió d'*aigua* i *gimnàs*). Finalment, la **siglació** consisteix en la formació d'un mot a partir de la unió de totes les inicials que comprèn un sintagma. Cal tenir en compte que l'OBNEO només recull les sigles que han perdut algunes de les seves característiques i s'han lexicalitzat, de manera que es tracta de lemes que poden escriure's en minúscula, flexionar-se en nombre i/o gènere o utilitzar-se amb una accepció diferent de l'original. Aquest seria el cas de la sigla *pime* que s'utilitza per designar el sintagma *petita i mitjana empresa* i de la qual trobem recollida la forma *pimes*, amb flexió de plural.

Un altre procediment és la neologia per **manlleu**. En aquest cas, el recurs no preveu la formació de noves unitats a través dels mecanismes que té la mateixa llengua, sinó que se serveix de l'ús d'unitats lèxiques provinents d'altres llengües per incorporar-les a la pròpia. La base de dades de l'OBNEO presenta principalment manlleus del castellà i de l'anglès com a neologismes d'adopció per al català (ex.: *bírria*, *hat-trick*).

La **neologia semàntica** és un procés que es correspon amb el canvi de significat o sentit d'una unitat lèxica ja existent i documentada en fonts lexicogràfiques de referència. Partint d'aquesta premissa, d'una banda, trobem neologismes formats per resemantització, fruit del canvi de significat pròpiament dit, per exemple, *ventilar-se a algú* no té gaire a veure amb el sentit canònic de *ventilar* com a «renovar l'aire». De l'altra, i d'acord amb els protocols de l'OBNEO, formes que han tingut una modificació del significat a partir del pas d'un nom propi (de persona o marca registrada) a un nom comú (ex.: *powerpoint*). Com ja hem comentat abans, els neologismes semàntics són difícils de detectar precisament perquè la forma del mot se sol trobar documentada i per tant no hi ha cap evidència formal d'aquest canvi, de manera que per fer-ne una valoració adequada cal contextualitzar el lloc on es detecta la unitat.

Per acabar, volem esmentar la **conversió** i la **lexicalització** com a processos de formació menys nombrosos i que originen neologismes a partir de regles sintàctiques. En el cas de la **conversió** trobem neologismes formats a partir d'un canvi de categoria gramatical, com ara el pas

d'adjectiu a nom (ex.: *els populars*); i pel que fa a la **lexicalització**, tenim neologismes formats a partir del canvi d'una de les formes flexives no personals del verb (participis o gerundis) com a noms (ex.: el *convocant*). L'OBNEO també distingeix els **neologismes sintàctics** en els casos en què hi ha un canvi de subcategoria gramatical (gènere, nombre, persona, règim verbal...) en una base lèxica (ex.: *masses de massa*, *benziner de benzinera*).

3.3. Twitter com a font de buidatge de neologia

3.3.1. Quatre pinzellades sobre Twitter

Les tecnologies de la informació i comunicació han suposat una revolució pel que fa al format i a la transmissió de notícies i experiències, de manera que la **comunicació mitjançant ordinador** (CMO o comunicació electrònica),¹³ a través d'interaccions realitzades via internet, conforma avui una de les principals formes tant per comunicar-nos com per informar-nos. En aquest nou marc comunicatiu, les xarxes socials¹⁴ obren diferents focus de recerca que poden anar des d'un vessant més sociolingüístic fins al vessant que tracta la neologia com a forma de lingüística aplicada. És a dir, hem de considerar l'arribada d'internet i les xarxes socials no només com una revolució en l'àmbit tècnic i social, sinó també en l'àmbit lingüístic. Així, com assenyala Domènech (2016: 304), «es innegable el papel crucial que juegan las redes sociales como canal de creación y difusión neológica de las lenguas [...] parece lógico postular que las redes sociales están acelerando el ritmo de evolución neológica de las lenguas».

Les característiques particulars de Twitter¹⁵ fan que aquesta plataforma se situï al centre d'aquest estudi perquè, seguint els postulats de Domènech 2016, el buidatge neològic a Twitter pot ser ben productiu pel fet que s'hi recullen tant registres formals com informals, a la vegada que la interacció espontània entre diferents perfils d'usuaris accelera l'evolució neològica de la llengua si tenim en compte que la innovació lingüística s'esdevé des de nivells diversos. Alhora, Twitter es presenta, cada vegada més, com la plataforma preferida pels usuaris a l'hora d'informar-se, fruit de la rapidesa comunicativa i l'actualització constant, és a dir, com un nou mitjà de comunicació¹⁶ respecte als mitjans de comunicació convencionals.

Twitter és una plataforma de microblogs que permet la publicació de missatges de text, que apareixen ordenats cronològicament en forma de blog a cada perfil d'usuari, amb un màxim de 280

13 Terme apuntat per Crystal (2005: 84) a: Crystal, D. (2005) *La revolución del lenguaje*. Madrid: Alianza.

14 Es pot consultar l'ús de les xarxes socials a Espanya l'any 2018 a l'*Estudio Anual de Redes Sociales 2018* a <https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf>.

15 Segons l'*Estudio Anual de Redes Sociales 2018*, Twitter amb un 48% d'usuaris ocupa el cinquè lloc com a xarxa més utilitzada, per darrere de Facebook (87%), Whatsapp (87%), Youtube (69%) i Instagram (49%).

16 Dades provinents de l'estudi *News, Discovery & Influence on Twitter* citat per *Trece bits* a <<https://www.trecebits.com/2018/11/07/asi-utilizamos-twitter-para-informarnos/>>.

caràcters. Es tracta d'una xarxa de comunicació bidireccional, ja que, d'una banda, l'usuari pot escollir els perfils que vol seguir (seguits o *followed*), i de l'altra, hi ha un llistat de tots els perfils que el segueixen a ell (seguidors o *followers*). En altres paraules, es tracta d'una xarxa amb relacions asimètriques, atès que es creen dues llistes independents i diferenciades de seguits i seguidors. D'aquesta manera, no és necessari que «seguit» i «seguidor» se segueixin mútuament, sinó que cada usuari selecciona qui seguir segons els punts de vista que més l'interessin. Aquesta relació asimètrica, tal com apunta Domènech (2016: 36), «facilita enormement la constitució de un corpus textual de vaciado, puesto que se pueden seleccionar las cuentas de Twitter que interesa vaciar aplicando criterios coherentes con los objetivos fijados». El funcionament ve marcat pel fet que cada vegada que un perfil publica un tuit, aquest es pot llegir en temps real perquè s'envia automàticament a tots els seguidors, i per tant, es pot fer un seguiment neològic al mateix moment que està passant. Es crea així, també, d'una banda, una cronologia pròpia formada pels tuits emesos per l'usuari i, de l'altra, una cronologia o *timeline* en la qual es visualitzen totes les piulades en temps real dels usuaris seguits.

D'altra banda, una particularitat de Twitter respecte a altres xarxes socials és el límit d'extensió dels missatges, com hem dit, 280 caràcters. Aquesta limitació d'espai provoca que les piulades siguin molt concises i que continguin informació essencial i directa fruit d'un principi d'economia, fet que també mostra una tendència més aviat informal pel seu caràcter espontani. Tanmateix, cal considerar que una de les riqueses de Twitter és, precisament, que acull tota mena de registres lingüístics, la qual cosa el fa idoni per a l'estudi de la innovació lingüística a diferents nivells: formal, informal, oral-escrit, etc. Alhora, el potencial d'aquesta xarxa social també resideix, com ja hem comentat, en el fet que ha esdevingut un canal d'informació¹⁷ que s'actualitza minut a minut, de manera que els seus usos s'estenen des de la difusió de notícies per part de mitjans de comunicació (televisió, radio, premsa) o organismes oficials (*Mossos d'Esquadra, Emergències*), fins a la interacció en directe amb programes de TV o l'impuls de mobilitzacions des de plataformes ciutadanes (Domènech 2016: 306-307).

3.3.2. El llenguatge a Twitter

En el primer apartat¹⁸ d'aquest treball hem acotat la noció de neologia espontània, un principi que podem enllaçar bastant bé amb la creació neològica que esperem trobar a Twitter. Diu Domènech (2008: 17) que un dels motius pels quals l'OBNEO va decidir introduir en el seu corpus d'anàlisi textos orals de ràdio i televisió, i textos escrits de caràcter informal, com ara revistes temàtiques o

17 Segons l'estudi del Pew Research Center —citad per Domènech (2016: 305)— un 63% dels usuaris de Twitter i Facebook utilitzen aquestes plataformes com a via d'informació.

18 Vegeu l'apartat 3.1. *La neologia i els neologismes*.

publicacions d'índole diversa, va ser per tal d'enriquir i diversificar el banc de neologismes i cobrir la neologia espontània.

Los resultados obtenidos [en prensa] proporcionaron información sobre unos usos neológicos poco espontáneos, tanto por la planificación propia del lenguaje formal escrito, como por el hecho de que la mayor parte de los textos de la prensa diaria de gran difusión son revisados por servicios de corrección.

En aquest punt, veiem, doncs, que la creació neològica a Twitter no pot ser més idònia atès que la interacció immediata entre perfils, siguin comptes de particulars o d'entitats, té com a característica la similitud amb la llengua parlada, i com a conseqüència, és de naturalesa espontània. A la vegada, però, l'interès per la xarxa social també rau en el fet que hi trobem comunicació formal i, per tant, poc o gens espontània, com seria el cas de comptes de mitjans de comunicació, polítics o institucions, de manera que conflueixen en un mateix context diferents formes de comunicació.

És interessant, aquí, fer un breu apunt sobre la llengua que s'utilitza a les xarxes socials. Com apunta Crystal (2005), amb l'aparició d'internet, primer vam veure l'aparició d'espais web, després l'aparició del correu electrònic i finalment la comunicació a través de les converses de xat, tant sincròniques com asincròniques, i en tots aquests casos la llengua escrita hi ha tingut un paper essencial, si bé també hi ha la possibilitat de comunicar-se per imatge, àudio i vídeo. Com ja hem comentat, la xarxa ha comportat una revolució lingüística, en certa manera perquè els usuaris han començat a jugar sense conèixer les *regles del joc*, si és que hi ha unes regles a seguir. És a dir, la comunicació estipulada a través del paper té unes normes i convencions que tothom coneix, ara bé, no hi ha cap guia¹⁹ per a l'ús del llenguatge a la xarxa o ciberllenguatge (*netspeak*²⁰).

És evident que la comunicació mitjançant l'ordinador (CMO) no és el mateix que parlar presencialment, ara bé, sí que hi trobem algunes similituds amb la conversa²¹ cara a cara. Aquest fet s'adiu amb la possibilitat que genera Twitter per donar respostes gairebé instantànies i simultànies que, en alguns casos, evoquen una conversa presencial i que, com passa en altres vies de CMO, es pot complementar amb l'ús d'emoticones, que poden (o pretenen) simular expressions facials que faria l'interlocutor amb el qual s'estableix la conversa.

19 Si bé no hi ha una guia per l'ús del llenguatge a la xarxa, sí que hi ha un diccionari del TERMCAT que recull tota la terminologia referent a les xarxes socials. TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA; REALITER. *Vocabulari de les xarxes socials* [en línia]. Ed. act. 2016. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2016. (Diccionaris en Línia) <http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris_En_Linia/156/>.

20 *Netspeak* és un terme que utilitza Crystal (2005: 84) per referir-se a la llengua emprada a la xarxa i que Bastida (2017: 26) anomena ciberllenguatge d'acord amb les convencions del TERMCAT.

21 Val a dir que el concepte *conversa* pot oscil·lar entre diverses variables sociolingüístiques, com ara el gènere, l'edat o l'origen geogràfic, entre d'altres.

Diversos autors²² han realitzat estudis sobre les característiques lingüístiques observades en la CMO per tal d'acotar si hi ha més proximitat a la modalitat escrita o oral de la llengua. Presentem un resum de les diferències que recull Crystal (2005: 83-112).

<i>Llenguatge Oral</i>	<i>Llenguatge escrit (CMO)</i>
Límit temporal	Límit espacial
Més espontani	Més planejat
Cara a cara	Sense contacte visual
Menys estructurat	Més estructurat
Interacció simultània	Interacció no sempre simultània
Acompanyat de prosòdia	Acompanyat de recursos visuals

Tanmateix, l'autor conclou el següent sobre la caracterització del ciberllenguatge (2005: 99-100):

Resulta más fácil considerar *Netspeak* como lenguaje escrito que se ha desplazado un tanto en la dirección del lenguaje hablado que como lenguaje hablado puesto por escrito. No obstante, el planteamiento de la cuestión en términos de dicotomía clásica resulta intrínsecamente engañoso [...] *Netspeak* es más que la suma de las características del lenguaje oral y el escrito. Ofrece prestaciones únicas, por lo que tiene que considerarse un nuevo tipo de comunicación. Es más que un mero híbrido de habla y escritura.

Després d'aquesta breu aproximació a la CMO, sembla que podem dir que la llengua de Twitter és difícil de caracteritzar des de la dicotomia clàssica oral/escrit, en la mesura que l'heterogeneïtat de registres i formats ens condueix a l'acceptació de la forma proposada de ciberllenguatge. Ara bé, cal no oblidar que és precisament aquesta barreja de registres el que interessa a l'anàlisi neològica. Així doncs, si bé podem disposar d'informació en comptes de Twitter de diversos mitjans de comunicació, com ara un diari o una ràdio, que emetran tuits previsiblement en un registre formal (proper al llenguatge escrit), també trobarem tuits informals (més propers al llenguatge parlat i espontani) que poden ser emesos pels seguidors d'aquest mateix compte de ràdio. En definitiva, com ja hem apuntat, l'interès per desenvolupar un estudi sobre neologia a Twitter rau en el fet que es poden seleccionar fonts de buidatge diverses i amb una caracterització específica, i que aquestes mateixes fonts es barregin entre si.

4. Descripció i anàlisi dels corpus de neologismes

4.1. Aspectes metodològics

22 Androutsopoulos 2006; Crystal 2001; Herring 1999 —citats per Bastida (2017)—.

4.1.1. Criteris de constitució dels corpus de neologismes

Per elaborar aquest treball, hem utilitzat dos corpus de neologismes, tots dos procedents de l'OBNEO. D'una banda, un corpus format a partir del buidatge dels comptes de Twitter, i de l'altra, un corpus format per neologismes documentats a la premsa escrita (diaris).

El corpus de neologismes procedents de Twitter està format per 99 unitats neològiques procedents de piulades buidades²³ el dia 30 de gener de l'any 2019 des dels comptes de Twitter dels mitjans de comunicació *RAC 1*, *Ara*, *Vilaweb* i *El Periódico de Catalunya*; i dels comptes d'usuari d'Eva Piquer, Mireia Boya, Òscar Dalmau, Quico Sallés.

Cal tenir en compte que la decisió de fer una cerca neològica a Twitter porta associat el dilema de quins comptes resulten més escaients per al buidatge. Atès que la voluntat d'aquest estudi és fer una anàlisi contrastiva entre la neologia sorgida a Twitter i la de la premsa escrita, la selecció que s'ha pres en consideració per configurar els corpus de neologismes procedents de la xarxa social inclou, d'una banda, comptes de mitjans de comunicació (premsa i ràdio) i, de l'altra, comptes de persones reconegudes per la societat catalana actual i, sobretot, actives en aquesta xarxa social, és a dir, que hi juguen un paper important com a comunicadores.

A l'hora de decidir els comptes més escaients per al buidatge, val a dir que ens hem fixat principalment en el nombre de seguidors i hem optat per aquells que en tenen més gruix. Ara bé, juntament amb aquest requisit hem tingut en compte la professió de la persona i el caire de les aportacions o informacions de les quals fa ressò. Així doncs, a continuació mostrem amb més detall els comptes que hem seleccionat per al buidatge:

-*Ara* (479.000 seguidors, <https://twitter.com/diariARA>): diari d'informació general en llengua catalana que s'edita des del novembre de l'any 2010 arreu dels Països Catalans amb diferents edicions (Catalunya, Illes Balears, País Valencià i Andorra). Amb perfil a Twitter des de l'any 2010, @diariARA .

-*RAC 1* (263.000 seguidors, <http://twitter.com/rac1>): Radio Associació de Catalunya 1, una emissora de ràdio privada en català que emet en català des del maig de l'any 2000. És l'emissora líder a Catalunya i va ser la primera emissora privada que va emetre de forma íntegra en català. Amb perfil a Twitter des de l'any 2009, @rac1.

-*Vilaweb* (264.000 seguidors, <https://twitter.com/VilaWeb>): el primer diari electrònic en català que comença l'edició a la xarxa l'any 1995. El diari es reconeix amb una visió arrelada al propi país i compromesa amb la cultura catalana, alhora que oberta al món global i la seva realitat. Té una edició global en anglès des de l'any 2014. Amb perfil a Twitter des de l'any 2010, @VilaWeb.

23 L'OBNEO utilitza l'extractor de neologia formal BUSCANEO per al buidatge automàtic de textos d'internet.

-*El Periódico de Catalunya* (72.200 seguidors, https://twitter.com/elperiodico_cat): diari d'informació general amb una doble versió en català i castellà que va néixer a Barcelona el mes d'octubre de l'any 1978, tot i que no va ser fins a l'any 1997 que s'encetà l'edició en català. Actualment també té edicions a Andorra, Aragó, Extremadura i Astúries. A Twitter des de l'any 2011, @elperiodico_cat.

-Quico Sallés (115.000 seguidors, <https://twitter.com/quicosalles>): periodista català, redactor del diari *elMón* i col·laborador del programa *FAQS*. Ha col·laborat en diversos mitjans de comunicació, actualment cobreix informació política. A Twitter des de l'any 2010, @QuicoSalles.

-Òscar Dalmau (210.000 seguidors, <https://twitter.com/philmusical>): comunicador i humorista català. Copresentador del programa de ràdio *La Competència*, un dels més escoltats a la radiodifusió catalana, i del xou nocturn de televisió *La nit dels Òscars*. Ha estat guionista i col·laborador de diferents programes d'humor i presentador de diversos programes de televisió. És reconegut per la seva tasca com a humorista i pel paper de presentador al programa de TV3 *El Gran Dictat*. A Twitter des de l'any 2009, @philmusical.

-Mireia Boya (91.900 seguidors, <https://twitter.com/yeyaboya>): política, ambientòloga i professora catalana. Ha estat diputada al Parlament de Catalunya per la CUP-Crida Constituent. Activista i defensora de la nació occitana i causes socials. A Twitter des de l'any 2010, @yeyaboya.

-Eva Piquer (40.900 seguidors, <https://twitter.com/EvaPiquer>): periodista i escriptora catalana. Directora del digital cultural *Catorze.cat*. És autora de diversos llibres, col·laboradora del diari *Ara* i *RAC 1*, i actualment té una presència destacada en l'àmbit de la difusió de la cultura. A Twitter des de l'any 2009, @EvaPiquer.

Pel que fa al segon corpus, està format per 124 neologismes que s'han obtingut a través del buidatge d'exemplars dels diaris *El Punt-Avui*, *El Periódico de Catalunya*, *l'Ara*, *El País* i *La Vanguardia*, publicats entre el 30 de gener i el 3 de febrer de l'any 2019.

En el cas del corpus de neologismes de premsa (diaris), volem apuntar que el nostre propòsit inicial era incloure-hi també neologismes procedents d'altres publicacions, bàsicament revistes. Ara bé, en el moment de constituir el corpus, el banc de dades de l'OBNEO no disposava d'unitats buidades d'aquestes fonts en el període que ens interessava treballar; per tant, hem optat per incloure només noves unitats lèxiques procedents de la premsa. La intenció d'incloure formes extretes del buidatge de revistes es correspon amb el caràcter espontani que presenten aquestes publicacions, ja que en tenir un tarannà informal es podrien equiparar al llenguatge dels comptes d'usuari individuals de Twitter. El motiu és que un dels nostres objectius era preestablir una comparació relativament simètrica entre, d'una banda, comptes individuals de Twitter i revistes, pel que fa al llenguatge informal i espontani, i de l'altra, comptes de mitjans de comunicació i premsa escrita, pel que fa al llenguatge formal i planificat. Finalment, però, el corpus de neologismes que

presentem només inclou buidatge de premsa (diaris), la qual cosa no invalida els resultats obtinguts, tot i que en limita l'abast.

D'altra banda, no ha estat possible constituir dos corpus amb un nombre exacte de neologismes, però aquest fet es compensa perquè els resultats de les dades es presenten en forma de percentatges per tal que puguin ser comparables.

4.1.2. Metodologia de buidatge dels comptes

El corpus de neologismes procedents de Twitter s'ha elaborat a partir de noves unitats que han estat destriades d'un llistat proporcionat per l'OBNEO en què figuraven diversos candidats a neologisme. La configuració d'aquest llistat ha partit dels resultats obtinguts per l'extractor de neologia formal BUSCANEIO, una eina que, a partir dels comptes seleccionats i utilitzant un gestor de diccionaris, permet el buidatge automàtic de tots els neologismes formals detectats. La nostra feina ha estat revisar aquestes dades extretes dels diferents comptes, dur a terme el procés de validació de noves formes i elaborar les fitxes de buidatge de cada neologisme acceptat tot seguint els criteris de treball de l'OBNEO recollits a la *Metodologia del treball en neologia: criteris, materials i processos* 2004, i els criteris de Domènech 2016.

Un dels aspectes que hem tingut en compte a l'hora de dur a terme el buidatge ha estat prendre en consideració si calia aplicar filtres en els casos següents: l'abreviació de paraules mitjançant tècniques jeroglífiques (*a10*), abreviacions per inicials (*q* per «què») o canvis de grafia²⁴ (*kom* per *com*); imitacions espontànies d'interjeccions i onomatopeies (*hi hi*) per simular una riallada; l'ús d'acrònims (*LOL*) o la simulació de prosòdia que es mostra amb el canvi de minúscules a majúscules (*CALLA*).

D'acord amb Domènech (2016: 309), encara que alguns neologismes procedents de Twitter no encaixin amb el criteri lexicogràfic previst per l'OBNEO, hi ha unitats que són interessants de recollir com a testimoni del fet que les xarxes socials són un reflex de com ha canviat l'estil de comunicació. Així, la investigadora de l'OBNEO proposa recollir les abreviacions, les etiquetes (*hashtags*) i les formes derivades de l'espontaneïtat. D'entrada, la proposta de recollir abreviacions s'adiu amb el fet que aquestes formes són una característica destacada del ciberllenguatge, ja que compleixen amb el principi de concisió i d'economia de l'espai. Aquest filtre permet la inclusió de formes com les citades anteriorment, com *a10* («adéu»), *q* («què») o les citades per l'autora *pq* («perquè»), *xò* («però»), com a formes ràpides i concises, així com *lol* («laughing out loud»), o RT

24 Cal diferenciar els canvis de grafia de les errades ortogràfiques.

(retuit) com a formes preses de l'anglès.²⁵ En segon lloc, la proposta d'incloure les etiquetes respon al fet que aquestes formes, marcades amb un coixinet (#) al principi, poden esdevenir molt populars per donar veu als «temes del moment», i consegüentment, que sorgeixin noves unitats lèxiques vinculades a un tema concret. Alguns exemples d'etiquetes: #tuitseriós, #referèndum, #ésunaguerra, #10. Pel que fa a la inclusió de les formes pròpies de registres informals, es tracta de donar cabuda a l'espontaneïtat, com ara la simulació d'una riallada (*ha ha*), i a les formes lligades a registres col·loquials (*natres, lo*), atès que es tracta d'una altra característica prominent de la comunicació a les xarxes socials.

No obstant això, hem decidit excloure les etiquetes o *hashtags* del corpus que hem elaborat. El motiu de l'exclusió d'aquestes formes ha estat la dificultat de determinar quines unitats es podien considerar com a neològiques. Com ja hem dit, sota el concepte *etiqueta*²⁶ s'infereix la motivació de recopilar temàtiques o categories per crear, així, un agrupament de temes sobre una orientació concreta. Però, l'ús indiscriminat d'aquest concepte provoca que, tot i servir-se de la marca «tema del moment», a vegades es creïn formes buides de contingut o de contingut complicat d'analitzar.

4.2. Anàlisi contrastiva dels dos corpus de neologismes

4.2.1. Descripció general dels neologismes documentats a Twitter

En primer lloc, cal dir que hem trobat una tendència més productiva en comptes personals que en comptes de mitjans de comunicació. Així, d'un total de 99 neologismes detectats, 32 unitats provenen dels comptes de mitjans de comunicació i les altres 67 formes dels comptes de perfils personals. Aquest repartiment desigual segons el tipus de compte podria explicar-se per la naturalesa de registre entre uns i altres: mentre els comptes personals tendeixen a emprar un registre més col·loquial, els mitjans de comunicació s'ajusten a un registre formal. Aquest fet podria relacionar-se amb el que ja hem esmentat anteriorment en relació amb l'espontaneïtat: el registre informal dels perfils personals es forneix de formes no planificades i, per tant, més espontànies i no documentades a les obres de referència del corpus d'exclusió, mentre que el perfil dels mitjans de comunicació s'adiu amb una utilització més institucional del llenguatge que porta implícita la planificació i que, consegüentment, esdevé menys productiva des de la perspectiva neològica lexicogràfica.

Tanmateix, tot i que creiem que seria interessant aprofundir en la comparació entre la productivitat dels comptes de mitjans de comunicació i la dels comptes de perfils personals, no

25 Com apunta Domènech (2016: 309) es tracta de formes recollides en diccionaris com ara l'*Oxford Dictionary*.

26 El TERMCAT descriu etiqueta com: «conjunt de caràcters encapçalats d'un símbol de coixinet, sobre el qual es pot fer clic, que serveix per a accedir a un contingut indexat per categories o temes en un microblog».

analitzarem exhaustivament aquest aspecte més enllà de les mencions que acabem de fer, tant perquè no ens ha estat possible disposar de dades de revistes, que serien més comparables amb aquests tipus de comptes, com perquè la limitació d'espai d'aquest estudi tampoc no ens ho permet.

A continuació, la Taula 1 recull els mecanismes neològics més emprats a Twitter. La informació que aplega analitza conjuntament les dades de tots els comptes perquè, com acabem d'assenyalar, no volem centrar-nos en el contrast entre tipus de perfils sinó en la comparació entre la productivitat entre Twitter i premsa. No obstant això, durant l'anàlisi de les dades sí que apuntarem les diferències més significatives entre els dos tipus de comptes de Twitter per precisar allò que ens sembla rellevant.

<i>Mecanisme de formació</i>	<i>Quantitat de neologismes</i>	<i>Percentatge</i>
M (Manlleus)	43	43,43%
FPRE (Format per prefixació)	17	17,17%
FSUF (Format per sufixació)	13	13,13%
FCULT (Format per composició culta)	9	9,09%
FTABR (Format per abreviació)	8	8,08%
S (Neologisme semàntic)	3	3,03%
FCOM (Format per composició)	2	2,02%
FLEX (Format per lexicalització)	1	1,01%
FSINT (Format per sintagmació)	1	1,01%
FTSIG (Format per siglació)	1	1,01%
FVAR (Format per variació)	1	1,01%
<i>Suma total</i>	99	100,00%

Taula 1. Mecanismes de formació de neologismes detectats a Twitter

Trobem que la producció més recurrent (43,43% respecte del total de neologismes) és la **manllevació** d'unitats d'altres llengües, tant adaptades com no adaptades, principalment manllevades de l'anglès. Concretament, com ens mostren les taules 2 i 3, es tracta d'un total de 25 anglicismes (25,25% respecte del total), d'entre els quals només dos lemes presenten dues ocurrencies²⁷ (*fake news* i *tweet*), de manera que la resta de formes només s'han identificat una vegada (són hàpaxs). La segona llengua que s'utilitza per a la incorporació de manlleus és el castellà, que compta en aquest cas amb un 9,09% del total de neologismes. La resta de manlleus correspon només a un 2,02% del total, que són dos lemes, un procedent del llatí i l'altre, del japonès. D'altra banda, apuntem que l'ús de manlleus és més prolífic en els comptes individuals (76,7% dels manlleus) que en els comptes dels mitjans de comunicació (23,3% dels manlleus). Així

²⁷ Al costat de cada neologisme, indiquem entre parèntesis el nombre d'ocurrencies. Quan es tracta d'una forma documentada un sol cop, és a dir, d'un hàpax, no indiquem res.

mateix, trobem un 7,07% de formes manllevades d'altres llengües que han estat adaptades al català (Taula 4).

Tipus de manlleus	Quantitat de neologismes	Percentatge
Altres mecanismes de formació	56	56,57%
ME (Manlleu de l'anglès)	25	25,25%
MS (Manlleu del castellà)	9	9,09%
AME (Manlleu adaptat de l'anglès)	3	3,03%
AMS (Manlleu adaptat del castellà)	2	2,02%
AMA (Manlleu adaptat de l'àrab)	1	1,01%
AMD (Manlleu adaptat de l'alemany)	1	1,01%
ML (Manlleu del llatí)	1	1,01%
MJ (Manlleu del japonès)	1	1,01%
<i>Suma total</i>	99	100,00%

Taula 2. Tipus de manlleus detectats a Twitter

Mecanisme de creació	Llengua	Neologismes	Quantitat de neologismes
Manlleu	Anglès	<i>brexit, brexiter, cameo, clickbait, clickbaiting, fake news (2), hit, gmail, mail, must, online, partner, pdf, prime time, selfie, soft, state of mind, tupper, tweet (2), upper diagonal, vintage, walki, wifi</i>	25
	Castellà	<i>gayumbo, mago, matxirulo -a, ole, puto -a, susto, tio, traje, vanguardista</i>	9
	Llatí	<i>resilient</i>	1
	Japonès	<i>ninja</i>	1

Taula 3. Tipus de manlleus detectats a Twitter, amb exemples

Mecanisme de creació	Llengua	Neologismes	Quantitat de neologismes
Manlleu adaptat	Anglès	<i>espòiler, gentrificació, tupper</i>	3
	Castellà	<i>apreta, tossino</i>	2
	Alemany	<i>búnker</i>	1
	Àrab	<i>fakir</i>	1

Taula 4. Tipus de manlleus adaptats detectats a Twitter, amb exemples

El segon mecanisme de creació més recurrent és la **prefixació**, en què trobem un 17,17% de producció, que correspon a 17 lemes, d'entre els quals només un —*renegociar*— presenta dues ocurrències. Notem que el sufix més recurrent és *anti-*, amb un total de 8 intervencions en mots nous. No ens ha de sorprendre aquesta tendència si tenim en compte que en l'estudi geolectal *Mots nous en català*, el capítol dedicat a la prefixació ja donava compte d'aquest cas (2014: 32). No hem detectat la repetició de cap altre prefix, de manera que podem dir que les unitats detectades tenen una variabilitat molt freqüent, tot i que els prefixos que es presenten, *co-*, *hiper-*, *pre-*, *pro-*, *re-*, *super-*, s'adiuen amb l'anàlisi de l'estudi que hem esmentat. Notem (Taula 5) que es generen

principalment noms i adjectius, malgrat que en tres ocasions s’han generat formes verbals — *codirigir, malinterpretar, renegociar*—.

Mecanisme de creació	Prefix	Neologismes	Quantitat de neologismes
Prefixació	anti-	<i>anti-insults, antiacademicisme, anticapitalista, antieuforitzant, antiindependentisme, antiijihadista, antirepressiu -iva, antiunivers</i>	8
	co-	<i>codirigir</i>	1
	des-	<i>desabastiment</i>	1
	hiper-	<i>hipercotxe,</i>	1
	mal-	<i>malinterpretar,</i>	1
	pre-	<i>precontractació</i>	1
	pro-	<i>proaccionari</i>	1
	re-	<i>renegociar (2)</i>	1
super-	<i>superilla</i>	1	

Taula 5. Neologismes formats per prefixació detectats a Twitter

El tercer mecanisme més utilitzat és la **sufixació**, amb un 13,13% de representació, en què trobem 13 paraules noves amb una sola ocurrència cadascuna, llevat de *gihadista* que en té dues. Aquesta tendència s’adiu amb el que assenyalen Domènech i Estopà (2014: 42): «el procés derivatiu de la sufixació ha estat considerat sempre un dels mecanismes més habituals i genuïns que tenen les llengües romàniques per formar paraules noves». Notem (Taula 6) que els tres sufixos més utilitzats són *-ista, -aire, i -ejar*, els dos primers dels quals generen noms —*cupaire, tuitaire*— i adjectius —*chavista, gihadista*—, mentre que el darrer genera verbs —*hackejar, samplejar, tuitejar*—.

Mecanisme de creació	Sufix	Neologisme	Quantitat de neologismes
Sufixació	-ejar	<i>hackejar, samplejar, tuitejar</i>	3
	-ista	<i>chavista, gihadista (2)</i>	3
	-aire	<i>cupaire, tuitaire</i>	2
	-ari	<i>documentari</i>	1
	-ble	<i>celebrable</i>	1
	-il	<i>verduril</i>	1
	-esc, -esca	<i>xinesc -a</i>	1
	-nt	<i>migrant</i>	1

Taula 6. Neologismes formats per sufixació detectats a Twitter

Pel que fa al quart mecanisme més utilitzat, trobem la **composició**, amb un 11,11% del total dels casos, un 9,09% dels quals correspon a la **composició culta**. Com mostra la Taula 7, els lemes

recollits presenten els afixos més recurrents,²⁸ llevat dels dos compostos no-cultes *sensesostre* i *bagesrussian*. Destaquem, però, el neologisme *LGTBI-fòbic* que es forma a través d'un procés singular com és la unió entre una sigla i un formant culte. Sembla evident que la peculiaritat del procés de formació d'aquest lema és perfectament concordant amb el caràcter poc planificat i eminentment espontani de Twitter; de fet, no trobem cap neologisme amb aquestes característiques a l'estudi de Cabré, Domènech i Estopà 2014. Quant a la categoria gramatical dels neologismes afixats, majoritàriament trobem formes nominals i verbals, tot i que també n'hi ha dues d'adjectivals (*LGTBI-fòbic*, *bagesrussian*).

Mecanisme de creació	Afix	Neologisme	Quantitat de neologismes
Composició culta	<i>auto-</i>	<i>autodeterminar, autoorganització, autoproclamar (2)</i>	4
	<i>ciber-</i>	<i>ciberdissident</i>	1
	<i>foto-</i>	<i>fotoperiodista</i>	1
	<i>-fòbia</i>	<i>islamofòbia</i>	1
	<i>-fòbic</i>	<i>LGTBI-fòbic</i>	1
	<i>proto-</i>	<i>protoeurodiputat</i>	1
Composició		<i>sensesostre, bagesrussian</i>	2

Taula 7. Neologismes formats per composició detectats a Twitter

Com veiem a la Taula 8, la resta de mecanismes detectats es presenten de manera residual, llevat de l'**abreviació**, que compta amb un 8,08% del total de casos analitzats. Atès que es tracta d'un procés que no se cenyeix a regles morfològiques, sinó més aviat a criteris fonològics, sembla que els neologismes que se'n deriven presenten un caràcter més espontani, propi de les formes que no solen perdurar en el temps i, per tant, de condició més efímera. A més, tenint en compte que l'escurçament és una característica del ciberllenguatge, sembla raonable que aquest mecanisme tingui representació en aquest corpus de dades. Assenyalem, també, que la productivitat per abreviació té més presència als comptes personals (75% d'abreviacions) que als de mitjans de comunicació (25% d'abreviacions).

D'altra banda, trobem un 3,03% de **neologismes semàntics**, mentre que cada un de la resta de processos de formació detectats (**sintagmació**, **siglació**, **variació** i **lexicalització**) és responsable només d'un 1,01% dels neologismes analitzats. El fet que s'hagin detectat pocs neologismes semàntics no ens ha sorprès perquè, com ja hem explicat, en tractar-se de formes documentades en fonts lexicogràfiques, les unitats passen desapercebudes per a l'extractor semiautomàtic BUSCANE0, ja que no hi ha una modificació evident, és a dir, un canvi de forma, sinó de

28 Considerem afixos recurrents de composició culta en català aquelles formes recollides i analitzades per Ginebra *et al.* «Prefixació». A: Cabré, Domènech i Estopà (2014: 67-83).

significat. El mateix ha passat en el cas dels neologismes sintagmàtics: l'extractor neològic només detecta formes monolexemàtiques, de manera que les unitats separades per un espai no es perceben com a una sola unitat lèxica. Hem de dir, doncs, que si trobem inclosos aquests tipus de neologismes en el corpus analitzat és pel fet d'haver-los buidat manualment, atès que es tracta de formes que vam detectar durant el procés de validació dels candidats a neologismes extrets del BUSCANEO.

A més, és interessant observar que els casos dels neologismes semàntics detectats es corresponen amb els dos tipus que considera l'OBNEO: d'una banda, la conversió de nom propi a nom comú (ex.: *post-it, whatsapp*); i de l'altra, el que es correspondria amb una resemantització pròpiament dita: *fil*, amb el sentit d'un conjunt de missatges que tracten un tema determinat i es disposen ordenats cronològicament a partir del primer missatge.

Mecanisme de creació		Neologisme	Quantitat de neologismes
Truncació	Abreviació	<i>expo (2), indepe (2), indy, lit, neocon, vice</i>	8
	Siglació	<i>VTC</i>	1
Semàntic		<i>fil, post-it, whatsapp</i>	3
Sintagmació		<i>mig ambient</i>	1
Lexicalització		<i>sisplau</i>	1
Variació		<i>aprfito</i>	1

Taula 8. Neologismes formats per truncació, sintagmació, lexicalització, variació i neologia semàntica detectats a Twitter

4.2.2. Descripció general dels neologismes documentats a la premsa

En primer lloc, comencem per veure el panorama general dels processos de formació de nous mots documentats a la premsa, que es representen a la Taula 9.

Tipus de neologisme	Quantitat de neologismes	Percentatge
M (Manlleu)	45	36,29%
FSUF (Format per sufixació)	33	26,61%
FPRE (Format per prefixació)	22	17,74%
FCULT (Format per composició culta)	16	12,90%
FCOM (Format per composició)	2	1,61%
FPRSU (Format per prefixació i sufixació)	2	1,61%
S (Neologisme semàntic)	2	1,61%
FLEX (Format per lexicalització)	1	0,81%
FCONV (Format per conversió)	1	0,81%
<i>Suma total</i>	124	100,00%

Taula 9. Mecanismes de formació de neologismes detectats a la premsa

Trobem que el recurs més utilitzat és la **manllevació** (36,29% del total dels casos). Dins d'aquest grup, com ens mostren les taules 10 i 11, destaquen els anglicismes amb 28 neologismes (22,58% respecte del total), molt per sobre de la resta. A més distància, segueixen els manlleus provinents del llatí (4,03% del total) i els manlleus del castellà (2,42% del total). La resta de noves incorporacions correspon a l'italià, amb només dos lemes prestats (1,61% del total), i en darrer lloc, al francès i al japonès, amb una unitat per a cadascuna d'aquestes llengües (0,81% del total en cada cas). Tanmateix, tot i tractar-se del mecanisme més utilitzat, notem que només hi ha una ocurrència per lema. D'altra banda, hi ha un 4,03% de formes manllevades d'altres llengües que han estat adaptades al català (Taula 12).

Tipus de manlleus	Quantitat de neologismes	Percentatge
Altres mecanismes de formació	79	63,71%
ME (Manlleu de l'anglès)	28	22,58%
ML (Manlleu del llatí)	5	4,03%
MS (Manlleu del castellà)	3	2,42%
AME (Manlleu adaptat de l'anglès)	3	2,42%
AMS (Manlleu adaptat del castellà)	2	1,61%
MI (Manlleu de l'italià)	2	1,61%
MJ (Manlleu del japonès)	1	0,81%
MF (Manlleu del francès)	1	0,81%
<i>Suma total</i>	124	100,00%

Taula 10. Tipus de manlleus detectats a la premsa

Mecanisme de creació	Llengua	Neologismes	Quantitat de neologismes
Manlleu	Anglès	<i>biotech, bow window, brexiter, cameo, catfishing, coach, confirming, crop top, escape room, fixie, goal average, hastag, look, made in, medley, one jet-motion, online, premium, quarterback, reggaeton, stock options, storytelling, teenager, think tank, traveling, trending topic, visual thinking, war room.</i>	28
	Llatí	<i>grosso modo, homo sapiens, momentum, statu quo</i>	5
	Castellà	<i>cecina, peatonal, timador</i>	3
	Italià	<i>focaccia, pizzaiolo</i>	2
	Francès	<i>brise-soleil</i>	1
	Japonès	<i>kimono</i>	1

Taula 11. Tipus de manlleus detectats a la premsa, amb exemples

Mecanisme de creació	Llengua	Neologismes	Quantitat de neologismes
Manlleu adaptat	Anglès	<i>dron, mil·lennial, vegà -ana</i>	3
	Castellà	<i>bròcoli, carinyo,</i>	2

Taula 12. Manlleus adaptats detectats a la premsa, amb exemples

Com es pot observar, el segon procés de formació més utilitzat és la **sufixació** (26,61% del total de neologismes). A la Taula 13 veiem que es tracta de 33 noves unitats, d'entre les quals només tres —*chavisme*, *identitari/-ària* i *soberanisme*— presenten dues ocurrencies. El fet que aquest sigui el segon mecanisme més productiu concorda amb l'anàlisi de Cabré, Domènech i Estopà (2014: 42) sobre la recurrència que té la sufixació en les llengües romàniques: Segons afirmen aquestes autores, cal considerar «el valor de la sufixació com un dels mecanismes més rellevants per al manteniment de la vitalitat de la llengua catalana». Fixem-nos que els tres sufixos més emprats són *-isme*, *-ista*, *-at*, *ada*, i que tots tres permeten crear formes nominals i adjectives. La resta de sufixos s'utilitzen de manera més irregular, entre una o dues vegades.

Mecanisme de creació	Sufix	Neologisme	Total d'unitats
Sufixació	-isme	<i>chavisme</i> (2), <i>oficialisme</i> , <i>pujolisme</i> , <i>soberanisme</i> (2), <i>supremacisme</i> , <i>tacticisme</i>	8
	-ista	<i>distributista</i> , <i>garantista</i> , <i>soberanista</i> , <i>supremacista</i> , <i>uniletaralisme</i>	5
	-at, -ada	<i>customizat -ada</i> , <i>precaritzat -ada</i> , <i>serialitzat -ada</i> ,	3
	-dor, -dora	<i>contractador -dora</i> , <i>elaborador</i>	2
	-iu, -iva	<i>avaluatiu -iva</i> , <i>identificatiu -iva</i>	2
	-ble	<i>endollable</i> , <i>implantable</i>	2
	-ari, -ària	<i>identitari -ària</i> (2),	2
	-aire	<i>cupaire</i>	1
	-al	<i>conductual</i>	1
	-à, -ana	<i>bolivarià -ana</i>	1
	-itzar	<i>empatitzar</i>	1
	-se	<i>cronificar-se</i>	1
	-ós, -osa	<i>exitós</i>	1
	-itat	<i>parentalitat</i>	1
	-atge	<i>prototipatge</i>	1
-nt	<i>migrant</i>	1	

Taula 13. Neologismes formats per sufixació detectats a la premsa

El tercer mecanisme de creació més recurrent és la **prefixació** (Taula 14), en què trobem un 17,74% de producció que correspon a 22 lemes que presenten una sola ocurrencia. Observem que el prefix més recurrent és *re-*, que és utilitzat en quatre ocasions —*reaprofitar*, *redefinir*, *reenfocar*, *relegitimar*—, i *anti-*, *des-* i *pre-* es repeteixen, respectivament, dues vegades. Els altres prefixos presenten una variabilitat molt alta, i els casos de *co-*, *hiper-*, *pro-*, *re-*, *in-*, *neo-*, *post-*, *sobre-*, *super-*, *ultra-* s'adiuen amb la tendència de l'estudi que hem pres com a referència.²⁹ Notem que s'han generat principalment adjectius i formes verbals, tot i que en cinc ocasions també s'han creat formes nominals —*hiperactivitat*, *neoconvergent*, *prejubilat*, *superestrella*, *ultractivitat*—.

29 Cabré, Domènech i Estopà (2014: 34).

Mecanisme de creació	Prefix	Neologisme	Quantitat de neologismes
Prefixació	<i>re-</i>	<i>reaprofitar, redefinir, reenfocar, relegitimar</i>	4
	<i>anti-</i>	<i>antifranquista, antiracista</i>	2
	<i>pre-</i>	<i>prejubilat, prequirúrgic -a</i>	2
	<i>des-</i>	<i>desestabilitzardor -a, desfibril·lar</i>	2
	<i>hiper-</i>	<i>hiperactivitat</i>	1
	<i>in-</i>	<i>inadmetre</i>	1
	<i>intra-</i>	<i>intrafamiliar</i>	1
	<i>inter-</i>	<i>intergeneracional</i>	1
	<i>neo-</i>	<i>neoconvergent</i>	1
	<i>post-</i>	<i>postcolonialista</i>	1
	<i>contra-</i>	<i>contratacar</i>	1
	<i>pro-</i>	<i>proactiu</i>	1
	<i>co-</i>	<i>coescriure</i>	1
	<i>sobre-</i>	<i>sobredimensionar</i>	1
	<i>super-</i>	<i>superestrella</i>	1
<i>ultra-</i>	<i>ultractivitat</i>	1	

Taula 14. Neologismes formats per prefixació detectats a la premsa

Després d’haver vist la incidència dels mecanismes de sufixació i prefixació, apuntem (Taula 15) que un 1,6% del total de neologismes es troba representat pels mots *allevantat-ada* i *coparantelitat* que presenten ambdós processos a la vegada i que no han estat inclosos en cap de les classificacions anteriors.

Mecanisme de creació	Prefix/Sufix	Neologisme	Quantitat de neologismes
Prefixació i sufixació	<i>a- i -at, -ada</i>	<i>allevantat -ada</i>	1
	<i>co- i -itat</i>	<i>coparantelitat</i>	1

Taula 15. Neologismes formats per prefixació i sufixació detectats a la premsa

Pel que fa al quart mecanisme més utilitzat, trobem la **composició** (Taula 16), amb un 14,51% del total casos, un 12,9% dels quals correspon a la **composició culta** i només un 1,61% pertany a la composició de radicals comuns. D’acord amb Ginebra, Llagostera i Rull (2014: 75-76), els neologismes formats amb prefixos provinents de formants cultes conformen bona part de la vitalitat actual de la prefixació catalana, especialment en registres científicotècnics. Veiem que hi ha molta variabilitat en l’ús de formants cultes, ja que de les 16 formes recollides, només observem repetició en dos afixos —*auto-* i *micro-*—, que presenten tres lemes respectivament. No obstant això, la resta de mots contenen els formants amb més producció en concordança amb l’estudi de Ginebra, Llagostera i Rull (2014: 73). A més, distingim el compost *lectoescriptura* com a

neologisme format *a la manera culta* través de dos formants patrimonials com *lectura* i *escriptura* amb l'enllaç de la vocal temàtica *o*.

Mecanisme de creació	Afix	Neologisme	Quantitat de neologismes
Composició culta	<i>auto-</i>	<i>autoafirmar-se, autoanomenar-se, autoimposar</i>	3
	<i>micro-</i>	<i>micromecenatge, minicel·la, minigira</i>	3
	<i>cardio-</i>	<i>cardiorespiratòri -òria</i>	1
	<i>cranio-</i>	<i>cranioencefàlic -a</i>	1
	<i>euro-</i>	<i>euroordre</i>	1
	<i>fisio-</i>	<i>fisioculturista</i>	1
	<i>neuro-</i>	<i>neurociència</i>	1
	<i>-logia</i>	<i>rumorologia</i>	1
	<i>socio-</i>	<i>socioeconòmic -a</i>	1
	<i>pater-, -fili</i>	<i>paternofilial</i>	1
	<i>vídeo-</i>	<i>videoconsola</i>	1
Composició a la manera culta		<i>lectoescriptura</i>	1
Composició		<i>totcamí, xinesamericà -ana</i>	2

Taula 16. Neologismes formats per composició detectats a la premsa

Acabem per assenyalar (Taula 17) tres mecanismes que es presenten de manera minoritària, com són la **neologia semàntica**³⁰ —que amb dues unitats correspon a un 1,61% de la representació del total—, i la **lexicalització** i la **conversió** —que amb un sol neologisme respectivament representen un 0,81% del total en cada cas—.

Mecanisme de creació	Neologisme	Quantitat de neologismes
Semàntic	<i>constructiu, whatsapp</i>	2
Lexicalització	<i>esclar</i>	1
Conversió	<i>versionar</i>	1

Taula 17. Neologismes formats per lexicalització, canvi semàntic i conversió detectats a la premsa

4.2.3. Resultats de l'anàlisi contrastiva entre els dos corpus de neologismes

Un cop descrites les dades de cada un dels dos corpus, cal començar l'anàlisi contrastiva per tal d'establir en quins punts conflueixen i en quins divergeixen de manera més significativa.

En primer lloc, constatem que els neologismes que tenen una major presència tant a Twitter com a la premsa escrita són els **manlleus** (Taula 18). En general, veiem una tendència bastant similar, però a Twitter l'ús de formes manllevades és més productiu, amb un 43,43% del total, mentre que a la premsa es manté al voltant del 36,29%. Dins d'aquesta predominança, cal destacar

³⁰ Com ja hem explicat, la causa principal que explica aquest baix percentatge de neologia semàntica és la impossibilitat de detectar-la al cercador BUSCANEÓ.

l'ús d'anglicismes per damunt de la resta de llengües (25,25% del total de casos a Twitter i 22,58% a la premsa), no obstant això, aquest domini de l'anglès com a principal llengua de préstec no ens ha d'estranyar si tenim en compte el seu estatus de *lingua franca* de comunicació global (Cabré, Domènech i Estopà 2014: 135).

<i>Mecanisme de creació</i>	<i>Twitter</i>	<i>Premsa</i>
Manlleus de l'anglès	25,25%	22,58%
Manlleus del castellà	9,09%	2,42%
Manlleus en altres llengües	2,02%	7,29%
Manlleus adaptats	7,07%	4,03%

Taula 18. Manlleus a Twitter i a la premsa

També destaca el fet que la temàtica comuna més recurrent en tots dos corpus tingui a veure amb les noves tecnologies —tot i que, alhora, no és un fet gens sorprenent—, amb lemes com *biotech*, *clickbait*, *clikbaiting*, *dron*, *email*, *gmail*, *hashtag*, *mail*, *online*, *pdf*, *prime time*, *selfie*, *trending topic*, *tweet* o *wifi*. Així mateix, es detecten coincidències en algunes formes que aborden la caracterització de persones, com *coach*, *millennial*, *quarteback*, *partner*, *teenager* o *vegà*. D'altra banda, trobem que els lemes *online*, *brexiter* i *cameo* són presents a tots dos corpus.

Pel que fa al castellà, observem que és la segona llengua que presta més mots en l'àmbit de Twitter (9,09% del total), mentre que a la premsa ho és el llatí (4,03% del total) —això sí, amb el castellà a poca distància (2,42% de casos)—. Quant a la resta de llengües, presenten una freqüència baixa en tots dos corpus. Aquesta proporció desigual de manlleus en castellà es pot explicar pel fet que a la premsa escrita s'utilitza un llenguatge planificat i revisat, que vetlla per evitar les interferències lingüístiques derivades del contacte constant entre català i castellà. Per contra, aquest mateix contacte entre llengües i el caràcter espontani de la comunicació a les xarxes socials fan que trobem manlleus del castellà amb més freqüència a Twitter. Tanmateix, en ambdós casos creiem que es comparteix la idea que «la proximitat tipològica i el contacte permanent del castellà i el català fan que els parlants [o comunicadors] utilitzin unitats lèxiques del castellà que no [sempre] perceben com a manlleus des d'una perspectiva psicològica» (Cabré, Domènech i Estopà 2014: 131). En canvi, en el cas dels manlleus provinents d'altres llengües, sí que s'assumeix el préstec. I en relació amb els lemes, sembla que els més comuns i recurrents es poden vincular a trets associats a persones (ex.: *carinyo*, *matxirulo*, *tio*, *tossino*, *timador* o *vanguardista*). Finalment, notem que, pel que fa a l'ús de manlleus adaptats, la productivitat és força similar amb un 7,07% a Twitter i un 4,03% a la premsa.

Un altre punt comú que podem establir entre els dos corpus pel que fa als manlleus és l'ocurrència dels neologismes, ja que la majoria de formes manlevades són hàpaxs, la qual cosa significa que hi ha molta varietat de neologismes i, per tant, poca repetició. Així, a la premsa només trobem una aparició per lema i, a Twitter, només dos lemes presenten dues ocurrències cadascun. Tanmateix, repetim que els lemes *brexiter*, *cameo* i *online* apareixen tant a Twitter com a la premsa; això no ens ha de sorprendre si tenim en compte que es tracta de formes que aborden l'actualitat i que, per tant, són representatives d'allò que passa i interessa a la societat: la política i les noves tecnologies.

En segon lloc, abordem la comparació dels processos de derivació en cadascun dels corpus. Com ja hem apuntat anteriorment, la **prefixació** i la **sufixació** són dos dels procediments més prolífics en la formació de mots nous en català, de manera que no ens ha d'estranyar que en el cas de Twitter, la prefixació s'hi presenti amb un 17,17% del total i la sufixació amb un 13,13%, i en el cas de la premsa, la sufixació hi sigui en un 26,61% dels casos i la prefixació en un 17,74%. En altres paraules, podem dir que aquests dos mecanismes ocupen amb alternança el segon i tercer lloc pel que fa als mecanismes de formació de mots en ambdós corpus. Com podem veure a la Taula 19, la prefixació presenta dades de producció semblants, tot i que a Twitter és lleugerament superior, mentre que la sufixació és molt més prominent a la premsa.

<i>Mecanisme de creació</i>	<i>Twitter</i>	<i>Premsa</i>
Sufixació	13,13%	26,61%
Prefixació	17,17%	17,74%

Taula 19. Sufixació i prefixació a Twitter i a la premsa

En el cas de la **prefixació**, tots dos corpus coincideixen en l'ús variat de prefixos,³¹ hi ha poca repetició i molta variabilitat. Amb tot, com podem veure a la Taula 20, *anti-*, *co-*, *des-*, *hiper-*, *pre-*, *pro-*, *re-* i *super-* s'utilitzen en ambdós casos per formar paraules noves, tot i que a Twitter *anti-* és el que té més productivitat, mentre que a la premsa és *re-*. Aquestes dades coincideixen amb les de Ginebra, Llagostera i Rull (2014: 28) pel que fa a l'ús d'*anti-* i *des-* com a prefixos de contrarietat o privació, *super-* com a més productiu que l'equivalent *sobre-*, o *re-* afegit a bases verbals. Notem que podem establir com a temàtica predominant comuna els lemes amb tendències vinculades a l'acció política: *antifranquista*, *antiracista*, *anticapitalista*, *antiindependentisme*, *antijihadista*, *neoconvergent*, *postnacionalista*. Malgrat els prefixos comuns i la temàtica comuna, no trobem lemes compartits per tots dos corpus.

31 Marcarem entre parèntesis el nombre d'ocurrències del formant. En el cas d'una sola ocurrència no farem cap marca de distinció.

Prefixos	Twitter	Premsa
	<i>anti- (8), co-, des-, hiper-, mal-, pre-, pro-, re-, super-</i>	<i>anti- (2), co-, contra-, des- (2), hiper-, in-, intra-, inter-, neo-, post-, pre- (2), pro-, re-(4), sobre, super-, ultra-</i>

Taula 20. Ús de prefixos a Twitter i a la premsa

Quant a la **sufixació** (Taula 21), també presenta molta varietat en l'ús de sufixos. Coincideix en ambdós corpus la productivitat de *-ble, -ista, -aire, -ari, -ària*. D'acord amb Domènech i Estopà (2014: 48), el sufix *-ista* permet formar noms de partidaris d'un cert sistema o d'una determinada doctrina, com veiem en els casos de *chavista* o *gihadista* a Twitter i *unilateralista, sobiranista* o *distributista* a la premsa; i en el cas de *-ble*, es creen principalment adjectius amb l'adjunció del sufix a bases verbals de la primera conjugació, com en *celebrable* a Twitter i *endollable* o *implantable* a la premsa. Com a ocurrència comuna trobem el mot *cupaire*. Com ja hem avançat, sembla que la temàtica en comú té a veure amb tendències polítiques: *bolivarià, chavisme, chavista, cupaire, gihadista, pujolisme, sobiranista, sobiranismes, supremacisme, supremacista, unilateralista*.

Sufixos	Twitter	Premsa
	<i>-ble, -ista (3), -aire (2), -ari, -ària, -ejar (3), -il, -esc, -esca, -nt</i>	<i>-iu, -iva (2), -isme (8), -à, -ana, -dor, -dora (2), -al, -se, -aire, -at, -ada (3), -ista (5), -itzar, -ble, -ós, -osa, -ari, -ària, -itat, -atge</i>

Taula 21. Ús de sufixos a Twitter i a la premsa

La composició, eminentment la **composició culta**, coincideix com a quart mecanisme de formació de mots a tots dos corpus, malgrat que en el de premsa hi té una productivitat lleugerament superior amb un 12,9% del total respecte del 9,09% de Twitter. Aquest resultat era força esperable si tenim en compte el caràcter formal de la premsa que, com ja hem comentat, se serveix d'un llenguatge més planificat i revisat. Tot i que Ginebra, Llagostera i Rull (2014: 75) apunten que és un procés principalment rendible en el llenguatge científicotècnic, en el cas concret d'aquest estudi, sembla lògic establir que aquest mecanisme de formació tindrà més vitalitat en un registre formal, com en el cas de la premsa, que no pas en un registre més espontani, com trobem a Twitter. D'altra banda, notem que no hi ha recurrència sinó diversitat en l'ús d'afixos, de manera que *auto-* és l'únic formant que es repeteix en ambdós casos alhora que crea diferents lemes, sobretot formes verbals, com ara *autodeterminar, autoorganitzar* o *autoproclamar* en el cas de Twitter i *autoafirmar-se, autoanomenar-se* o *autoimposar* en el cas de la premsa. El fet que *auto-* sigui el formant més productiu coincideix amb l'estudi de Ginebra, Llagostera i Rull (2014: 73).

Com ja hem apuntat anteriorment, la forma *LGTBI-fòbic* presenta un procés de formació peculiar i poc habitual, a través de l'adjunció d'una sigla i un formant culte, que pot atribuir-se al context eminentment espontani i poc planificat de Twitter. Aquest terme evidencia el contrast entre l'ús de formes més espontànies a Twitter, fins i tot en el mateix mecanisme de creació, i l'ús de formes més planificades i conseqüentment normativitzades a la premsa. En aquest cas concret, és probable que el filtre d'un corrector en el context de premsa escrita fes prevaldre l'ús d'algun altre mot equivalent però normativitzat per a designar aquest concepte com podria ser algun derivat d'*homofòbia*. Certament, la disposició impremeditada de la xarxa social pot donar lloc a formes amb característiques més infreqüents.

D'altra banda, no trobem ocurrències comunes entre els dos corpus i només un neologisme format «a la manera culta» en el de premsa. Pel que fa a la temàtica en comú, té a veure principalment amb aspectes polítics (ex.: *ciberdissident*, *euroordre*, *minicel·la* o *protoeurodiputat*), i tots els lemes que hem destacat en parlar del prefix *auto-*.

Afixos	Twitter	Premsa
	<i>auto-</i> (4), <i>ciber-</i> , <i>foto-</i> , <i>-fòbia</i> , <i>-fòbic</i> , <i>proto-</i>	<i>auto-</i> (3), <i>cardio-</i> , <i>cranio-</i> , <i>euro-</i> , <i>fisio-</i> , <i>micro-</i> (3), <i>neuro-</i> , <i>-logia</i> , <i>socio-</i> , <i>pater-</i> , <i>-fili</i> , <i>vídeo-</i>

Taula 22. Ús de formants cultes a Twitter i a la premsa

Els **neologismes semàntics** i els neologismes formats per **lexicalització** (Taula 23) també tenen una productivitat semblant en tots dos corpus, que es caracteritza per ser més aviat anecdòtica. Apuntem, però, que un d'aquests neologismes semàntics és *whatsapp* i precisament presenta una ocurrència a cada corpus com a neologisme format, com ja hem explicat abans, a partir del resultat del pas de nom propi, concretament una marca registrada, a nom comú.

Mecanisme de creació	Twitter	Premsa
Lexicalització	1,01%	0,81%
Neologismes semàntics	3,03%	1,61%

Taula 23. Neologismes semàntics i formats per lexicalització a Twitter i a la premsa

Cal tenir en compte, però, que no podem considerar aquestes dades com a representatives, atès que el fet que hi hagi una producció tan baixa de neologismes semàntics respon a les característiques del procés de formació que fa que aquests neologismes, ara per ara, només puguin ser detectats per mitjà d'un buidatge manual.

En darrer lloc, la Taula 24 ens mostra que els processos de formació per **sintagmació**, **abreviació**, **siglació** i **variació** tenen productivitat a Twitter però no a la premsa, mentre que la **conversió** presenta la característica oposada. Com ja hem esmentat anteriorment, així com en el cas dels neologismes semàntics, el fet que els neologismes formats per sintagmació només es detectin manualment fa que les dades que presentem no siguin significatives. Tanmateix, la representativitat d'aquests mecanismes, si bé és eminentment simbòlica, concorda amb les dades de l'estudi que hem pres de referència (Cabré, Domènech i Estopà 2014: 10) i en el qual, si bé es donen dades sobre la productivitat que presenten, aquestes no s'analitzen amb detall precisament pels baixos percentatges que obtenen.

Inclouríem, però, en aquest grup minoritari el procés de lexicalització i en llevaríem la **truncació** que presenta dades més elevades. Aquesta producció més elevada d'abreviacions a Twitter, respecte a la inexistència de formes d'aquest tipus a la premsa, com hem assenyalat en parlar del llenguatge de la CMO,³² té a veure amb el fet que les formes abreviades es presenten com una característica destacada del ciberllenguatge, i conseqüentment del llenguatge de Twitter, ja que s'adiuen amb el propòsit de concisió i economia de l'espai i esdevenen gairebé un requeriment en la comunicació a la xarxa social. És evident que se'ns fa difícil d'imaginar neologismes a la premsa escrita com ara *lit* per referir-se a la *literatura*, *indepe* o *indy* per referir-se als *independentistes* o *vice* per referir-se a un *vicepresident*.

<i>Mecanisme de creació</i>	<i>Twitter</i>	<i>Premsa</i>
Abreviació	8,08%	-
Sintagmació	1,01%	-
Siglació	1,01%	-
Variació	1,01%	-
Conversió	-	0,81%

Taula 24. Neologismes formats per sintagmació, abreviació, siglació, variació i conversió a Twitter i a la premsa

Un altre aspecte que ens ha semblat interessant d'analitzar en aquest estudi contrastiu és comprovar si els lemes detectats ja havien estat recollits al BOBNEO, el banc de neologismes de l'OBNEO, i per tant, si es tracta d'unitats ja aparegudes en altres ocasions a la premsa. Com podem observar a la Taula 25, el 28,28% dels neologismes detectats a Twitter (que correspon a 28 unitats) no havien estat mai abans detectats ni documentats a la base de dades de l'Observatori de Neologia, mentre que en el cas del corpus de premsa, només un 16,12% del total de neologismes detectats (que corresponen a 20 formes) no consta a la base de dades de l'OBNEO. Sembla significatiu el fet

32 Apartat 3.3.2. *El llenguatge a Twitter*

que el corpus de la xarxa social presenti gairebé el doble de lemes no recollits anteriorment al BOBNEO que el corpus de premsa, ja que això pot corroborar l'elevada productivitat neològica de Twitter i, com diu Domènech (2016: 312), reafirmar la idea que el buidatge de textos d'aquesta xarxa social contribueix notablement a afinar la representativitat de la neologia detectada per l'Observatori.

Algunes de les particularitats dels neologismes detectats a Twitter les podem associar amb les característiques pròpies de les xarxes socials. Així, per exemple, el lema *clickbaiting*³³ sorgeix arran de la fal·lera en entorns virtuals per dissenyar continguts que forcin els usuaris a accedir-hi o, més ben dit, a clicar-hi, i que solen ser continguts de poca qualitat sota títols eminentment cridaners. En el cas del neologisme semàntic *fil*, es tracta de la designació d'un conjunt de missatges que tracten sobre un tema concret i que es presenten ordenats cronològicament. A Twitter és molt habitual trobar usuaris que fan *fil*s per exposar idees sobre alguna temàtica o succés concret. Fins i tot, ens crida l'atenció el lema *anti-insults* que, malauradament, fa al·lusió a la bel·ligerància verbal que s'utilitza sovint espontàniament en el context virtual fruit de la no censura davant la impulsivitat que pot produir la CMO. Així mateix, la forma *gmail* mostra l'assimilació de certs conceptes dins la quotidianitat, com el fet que moltes persones parlen de manera totalment natural d'aquesta marca de servei de missatgeria electrònica.

Un altre grup de neologismes podria ser el que qualifica o descriu persones, com ara *ciberdissident*, que ens ha sorprès que no constés al BOBNEO, o *tossino* que vol semblar un manlleu adaptat de la forma castellana *tocino*, igual com passa amb *vanguardista*, o el cas de *matxirulo*, un neologisme molt estès en entorns feministes com a adaptació catalana del terme castellà *machirulo*, que s'utilitza per designar un home masculista. Ens han cridat l'atenció, també, els lemes que expressen estats d'ànim com *antieuforitzant*, com a forma extremadament metafòrica de *tocar de peus a terra*, o *state of mind*, que col·loquialment podríem dir *tant se me'n fot*, ja que es tracta de conceptes que tenen locucions catalanes ben arrelades però, en canvi, s'aposta per la innovació lèxica.

Altres neologismes que tampoc consten a la base de dades de l'Observatori i que cal destacar tenen a veure amb contextos més específics, com són la locució *mig ambient*, que pretén ironitzar sobre els malentesos associats al *medi ambient*, o l'originalitat de trobar un terme que adjectivi allò que té a veure amb el món de les verdures, com és el cas de *verduril*. Pel que fa a *bagesrussian*,³⁴ és un compost que vol expressar el fred que fa a la comarca del Bages tot equiparant-lo amb les baixes temperatures russes. Es tracta d'un neologisme sovint utilitzat a la

33 El TERMCAT ha aprovat l'ús del terme *pescaclics* com a alternativa catalana al manlleu *clickbait*.

34 A la capital del Bages, Manresa, és molt habitual referir-se a *manrússia* (acrònim de Manresa i Rússia) per fer al·lusió al fred de l'hivern i *manrraqueix* (acrònim de Manresa i Marraqueix) per la calor de l'estiu.

zona, però que segurament resulta desconegut als forasters. En canvi, *upper diagonal* és un terme que fa referència als barris rics de la zona alta de Barcelona i que s’ha difós expressament des de la capital com a marca de qualitat per atraure turistes.

Ens queda fer esment de les abreviacions, *lit*, *indy* o *walki* que, com ja hem indicat, són formes que se’ns fa difícil d’imaginar en un altre context que no sigui Twitter o la CMO. En el cas de *walki*, trobem especialment rellevant aquesta forma perquè es tracta d’un escurçament del manlleu adaptat de l’anglès *walkie-talkie* i també d’una variant de *walkie*, totes dues formes recollides pel BOBNEO.

<i>Neologismes de Twitter no recollits al BOBNEO</i>	<i>Neologismes de premsa no recollits al BOBNEO</i>
<i>anti-insults, antieuforitzant, antiindependentisme, aprfito, bagesrussian, documentari, clickbaiting, ciberdissident, fil, gmail, hipercotxe, indy, lit, mago, matxirulo -a, mig ambient, precontractació, proaccionari, protoeurodiputat, state of mind, tossino, upper diagonal, vanguardista, verduril, vtc, walki, xinesc -a</i>	<i>allevantat -ada, biotech, bow window, brise-soleil, catfishing, constuctiu -iva, contractador -ora, coparentalitat, desestabilizador -a, desfibril·lar, distribuïsta, fisicoculturista, minicel·la, one jet-motion, parentalitat, precaritzat -ada, prequirúrgic -a, serialitzat -ada, visual thinking, war room, xinesamericà -ana</i>
28,28%	16,12%

Taula 25. Neologismes no recollits anteriorment al BOBNEO

Per acabar amb l’anàlisi contrastiva, volem apuntar que els lemes que presenten ocurrència en tots dos corpus són *brexiter*, *cameo*, *cupaire*, *migrant*, *on line* i *whatsapp* que, en definitiva, són formes que tracten temes de fervent actualitat i són bastant representatives d’allò que és més rellevant socialment: la política, sigui nacional o internacional, i les noves tecnologies. En el cas polític, trobem *brexiter* com a manlleu de l’anglès que fa referència als partidaris del *brexit*, és a dir, dels qui defensen la sortida del Regne Unit de la Unió Europea, i *cupaire*, que és la denominació dels membres o partidaris de la CUP, sigla de l’organització política Candidatura d’Unitat Popular. Pel que fa a *migrant*, es tracta d’un lema referent al trànsit de persones, concretament a una persona que es desplaça i s’estableix a un nou país, un terme que recull una perspectiva neutra sense especificar si es tracta d’un *immigrant* o un *emigrant*. Referent a les noves tecnologies, l’aparició d’*on-line* ens ha sorprès si tenim en compte l’existència d’*en línia* com a forma adaptada i normalitzada en català. De fet, aquest neologisme exemplifica la dificultat d’algunes formes a l’hora implantar-se’n l’ús malgrat haver estat sotmeses a un procés de normalització des de la neologia institucional planificada. En canvi, en el cas de *whatsapp*, trobem previsible l’ús d’aquest neologisme referent a la comunicació a través d’aquest servei de missatgeria instantània. Quant a *cameo*, és un anglicisme amb un ús força arrelat que designa l’aparició breu i puntual d’una persona

coneguda en un context professional, especialment en el context audiovisual, i concretament en el món del cinema. Així, a Twitter s’ha utilitzat per descriure l’aparició, per sorpresa de la persona implicada, en un article d’opinió, i a la premsa, per parlar estrictament de l’àmbit cinematogràfic i que és el context en el qual es va originar el mot original en anglès. En aquest sentit, notem que a la premsa el mot s’utilitza d’acord amb la definició formal que hi té associada, mentre que a Twitter ja se n’ha modificat lleugerament el significat.

Finalment, ens sembla important destacar que, tot i que no trobem més ocurrences comunes entre els dos corpus, certament hi ha molts casos en què s’aborda un mateix eix temàtic (Taula 26) amb neologismes que podrien pertanyen a una mateixa família i que fan referència al món polític:

<i>Neologismes de Twitter sobre política</i>	<i>Neologismes de premsa sobre política</i>
<i>anticapitalista, antiindependentisme, antijihadista, antirepressiu -iva, autodeterminar, autoorganització, autoproclamar, brexit, brexiter, chavista, ciberdissident, cupaire, gihadista, indepe, indy, islamofòbia, LGTBI-fòbic, neocon, protoeurodiputat, vice</i>	<i>Antifranquista, antiracista, autoafirmar-se, autoanomenar-se, autoimposar, bolivarià -ana, brexiter, chavisme, cupaire, minicel-la, neoconvergent, postnacionalista, pujolisme, soberanista, sobiranisme, socioeconòmic -a, supremacisme, supremacista, tacticisme, unilateralista</i>

Taula 26. Neologismes referents a la política a Twitter i a la premsa

5. Conclusions

En aquest treball hem desenvolupat un estudi al voltant de les paraules noves aparegudes en dos corpus diferenciats, un de neologismes procedents de Twitter i l’altre de neologismes procedents de premsa escrita (diaris), tots dos facilitats per l’Observatori de Neologia.

Per començar, en referència al marc teòric, hem exposat la dificultat per definir els conceptes de neologia i neologismes, malgrat que en el vessant pràctic de detecció i distinció la tasca no resulta tan complexa si ens cenyim a un criteri *tangible*, objectivable i sistemàtic com ho és el lexicogràfic. Tot seguit, hem vist aquest mateix criteri lexicogràfic associat a la metodologia de l’OBNEO, una institució que té per objectiu obrir i enllaçar diferents línies de treball vinculades a l’àmbit neològic, des de la detecció i recopilació de neologismes fins a l’anàlisi dels processos de formació de nous mots o l’intercanvi d’informació entre plataformes dedicades a aquest àmbit. Tot plegat amb el propòsit de recollir i analitzar els mots que utilitzen els parlants i, així, obtenir una visió més ajustada del fet lingüístic, la seva representació i el perquè.

D’altra banda, hem abordat els canvis que les noves tecnologies han suscitat en el camp de la comunicació i com aquests ha repercutit en l’ús del llenguatge provocant, no només una revolució social i tecnològica, sinó també lingüística, en què la comunicació mitjançant l’ordinador, o ciberllenguatge, hi té molt a veure. Per això, hem aprofundit en l’interès que les xarxes socials, en

el nostre cas concretament Twitter, desvetllen per a la investigació neològica. Aspectes com les aportacions constants, desenvolupades a gran velocitat i a temps real, fan interessant aquesta xarxa social. Però sobretot hem volgut posar especial èmfasi en les característiques de Twitter que permeten integrar diversos nivells beneficiosos per a la innovació lingüística, com són l'ús de diferents registres i perfils o l'oscil·lació entre espontaneïtat i/o planificació.

La recerca que hem plantejat, doncs, tenia com a objectiu principal analitzar les contribucions d'aquesta xarxa social en l'estudi neològic, atès que es tracta d'un àmbit poc estudiat a causa de la seva irrupció recent i de les seves particularitats; mentre que un segon objectiu anava enfocat a contrastar dues fonts de buidatge neològic diferents, Twitter i premsa. Així, hem treballat amb dos corpus lingüístics que ens han permès analitzar i classificar els diferents processos de formació de mots, estudiar-los quantitativament i qualitativament i, finalment, confrontar-los per tal de veure les peculiaritats o similituds entre tots dos.

Aquest estudi comparatiu ens ha permès, en primer lloc i en relació amb l'objectiu principal, apuntar les característiques de la creació neològica a Twitter. Hem vist, malgrat no haver-hi pogut aprofundir, que la productivitat segons el perfil d'usuari varia notablement perquè, d'una banda, els registres més espontanis i informals es corresponen a perfils d'usuari particulars, mentre que, de l'altra, els registres més formals i aparentment planificats s'associen a perfils de mitjans de comunicació. L'efecte d'aquesta associació ha estat donar compte que els perfils individuals són molt més productius que els perfils de mitjans de comunicació, fet que hem atribuït a un llenguatge col·loquial i eminentment espontani dels primers respecte al llenguatge formal i planificat, i passat per filtres de correcció lingüística dels segons, que sembla que limita la creativitat. Aquest resultat evidencia la idea que el llenguatge informal i espontani és més productiu per a la innovació lèxica i que, per tant, la inclusió de dades provinents de registres impremeditats, com podem trobar a Twitter, resulta molt interessant per a la neologia.

En segon lloc, hem vist com algunes característiques del ciberllenguatge es veien reflectides en els neologismes detectats a la xarxa social. Ens referim a la presència, gens anecdòtica, dels lemes formats per truncació, més concretament pel procés d'abreviació, atès que, com ja havíem assenyalat, les formes abreviades són pròpies del ciberllenguatge en la mesura que es regeixen, principalment, pel propòsit de concisió i economia d'espai. A banda, aquestes unitats lèxiques també són una clara exemplificació d'espontaneïtat, una bona mostra de la rapidesa de l'evolució neològica, atès que es crea una nova forma simplement escurçant un terme ja existent, per fer-lo més sintètic i concís, un fet que en un context més formal i planificat sembla difícil d'encabir. Per aquest darrer motiu, en la comparació entre els dos corpus de neologismes, hem pogut contrastar la

presència significativa d'abreviacions a Twitter respecte a la inexistència d'aquestes formes a la premsa, una nul·litat que atribuïm als paràmetres de formalitat d'aquest mitjà de comunicació.

En tercer lloc, hem vist que un nombre gens menyspreable de neologismes no havia estat mai abans detectat ni documentat al banc de neologismes de l'Observatori (BOBNEO). Aquest aspecte és molt rellevant per fer valdre la idea que la productivitat de noves unitats de Twitter contribueix notablement a afinar la representativitat de la neologia detectada per l'Observatori a la premsa aportant, així, lemes que beneficien l'anàlisi al voltant del llenguatge utilitzat en diferents àmbits. Això no obstant, cal que esmentem que tot i que el corpus de premsa també conté neologismes que no formen part del BOBNEO, el nombre es redueix a la meitat en comparació amb Twitter, per tant, és molt més destacable el paper de la xarxa social.

En quart lloc, hem vist com el procés de manllevació ha estat el mecanisme més utilitzat a Twitter, però també a la premsa, un fet que, per tant, corrobora que els préstecs d'altres llengües són habituals en qualsevol context i, sobretot, els manlleus de l'anglès com a llengua hegemònica de la comunicació global. La particularitat dels manlleus a Twitter la podem descriure a través de tres aspectes centrals: en primer lloc, la productivitat dels comptes personals és molt més elevada que en el cas dels comptes dels mitjans de comunicació, fet que evidencia la convergència entre espontaneïtat i informalitat, i revisió i formalitat; en segon lloc, la presència d'anglicismes per representar conceptes que ja disposen de termes equivalents i normalitzats en català; i en darrer lloc, l'elevat nombre de manlleus del castellà, que constata la interferència lingüística entre les dues llengües, així com l'ús, conscient o no, d'aquestes formes. En aquest darrer cas, cal destacar que al corpus de Twitter hem trobat molts més manlleus del castellà que al corpus de premsa, on la presència és simbòlica, fet que segurament s'explica per la immeditada comunicació pròpia de la xarxa social. En canvi, en el cas de la premsa escrita s'evidencia, novament, l'ús d'un llenguatge planificat i revisat que vetlla per evitar aquesta mena d'interferències.

En cinquè lloc, les particularitats d'algunes de les formes detectades a Twitter denoten perfectament els diferents nivells de registres que s'integren en el llenguatge a la xarxa i la dinamització que produeix això per a l'activitat neològica. Hem trobat lemes especialment metafòrics que difícilment podem comprendre sense context; d'altres referents a temes tan específics que difícilment trobaríem en altres situacions i que, per tant, són l'obertura a la denominació encunyada de realitats potser desconegudes i/o invisibilitzades; alguns que expressen ironia; d'altres de més formals que formen part de l'actualitat i que en alguns casos ja tenim assimilats dins la comunicació habitual; o neologismes que presenten processos de formació peculiars. En definitiva, hi hem trobat de tot i força, fet que corrobora la riquesa de la investigació neològica en aquest àmbit per la diversitat que és capaç d'aglutinar la xarxa.

En sisè lloc, hem trobat dos corpus de neologismes que també presenten característiques comunes. La primera, que ja hem esmentat, té a veure amb l'ús de manlleus com a recurs principal d'innovació lèxica i que mostra el contrast entre els diferents tipus de formes manllevades entre un corpus i l'altre. La segona té a veure amb la productivitat dels processos de prefixació i sufixació, que presenten dades molt similars, i que reforcen les aportacions d'altres estudis sobre el fet que són dos dels procediments més prolífics en la formació de mots nous en català. Això mateix passa en el cas de la formació per composició culta, en què també trobem dades semblants entre tots dos corpus, tot i que hem vist que es tracta d'un mecanisme més propens als registres formals. El tercer aspecte en comú l'hem de relacionar amb la manca de repetició de lemes, és a dir, la diversitat en la productivitat neològica, ja que, d'una banda, dins de cada corpus de dades, l'índex de repeticions és molt baix i, per tant, la majoria de neologismes són hàpaxs; i de l'altra, hi ha poques ocurrències comunes entre els dos corpus. El quart punt compartit el trobem en els eixos temàtics dels neologismes. Com era d'esperar, els temes referents no poden dissociar-se del que passa a la societat, de manera que les qüestions principals tractades giren al voltant de l'esfera política i les noves tecnologies, i més en segon pla, d'alguns trets descriptors de persones. Tanmateix, tot i que ambdós corpus apunten temes diversos, a Twitter sí que en trobem de més concrets, referents a àmbits més informals. Ens queda apuntar, tot i que ja ho hem comentat abans, que els dos corpus de dades presenten unitats que no havien estat mai detectades i recopilades per l'OBNEO, però que les dades en nombre de neologismes de Twitter doblen les de la premsa i, per tant, sembla que la innovació a la xarxa social és més prominent.

En definitiva, hem efectuat una recerca per conèixer la innovació lèxica a Twitter i hem pogut constatar algunes de les nostres hipòtesis principals. La comunicació a la xarxa social és eminentment més espontània i més directa, de manera que permet adoptar una perspectiva més transversal que altres fonts de buidatge, com ho és la de la premsa escrita. La confluència entre diferents nivells de registres, usuaris i finalitats comunicatives permeten abordar l'activitat neològica des de la diversitat, ja que les dades obtingudes faciliten diverses perspectives d'anàlisi. Però, sobretot, hem pogut corroborar que les aptituds de Twitter permeten fer una anàlisi del fet lingüístic molt acotada a la realitat, pràcticament a temps real, per saber de què es parla, el perquè i, especialment, com es parla.

BIBLIOGRAFIA

Bastida, Carolina (2017). «La comunicació electrònica». A: *Emocions i comunicació electrònica textual en català. Un estudi multimetodològic dels recursos emprats per adolescents i adults joves*. Tesi doctoral de la Universitat d'Andorra.

Cabre, M. Teresa (2002). «La neologia efímera». A: Cabré, M. T.; Freixa, J.; Solé, E. (ed.) (2002). *Lèxic i neologia* (pàg.13-27). Barcelona: Observatori de Neologia, Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra.

Cabre, M. Teresa (2002). «La neologia, avui: el naixement d'una disciplina». A: Cabré, M. T.; Freixa, J.; Solé, E. (ed.).(2002). *Lèxic i neologia* (pàg.29-40). Barcelona: Observatori de Neologia, Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra.

Cabré, M. Teresa (2004) «Introducció: la importància de la neologia per al desenvolupament sostenible de la llengua catalana» A: Observatori de la Neologia (ed.) *Llengua catalana i neologia* (pàg. 17-45). Barcelona: Meteora.

Cabré, M. Teresa; Estopà, Rosa (2009). *Les paraules noves: criteris per detectar i mesurar els neologismes*. Vic/Barcelona: Eumo Editorial/Universitat Pompeu Fabra

Cabré, M.T.; Freixa, J.; Solé, E. (ed.) (2002). *Lèxic i neologia*. Barcelona: Observatori de Neologia, Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra.

Cabré Castellví, M. Teresa; Domènech, Ona; Estopà, Rosa (2014) (ed.). *Nous mots en català: una panoràmica geolectal*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Crystal, David. (2005) «El papel de internet». A: *La revolución del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial.

Domènech, Ona (2008). «Metodología de trabajo del Observatorio de neología del Instituto Universitario de Lingüística Aplicada de la Universidad Pompeu Fabra». A: Montoro del Arco, Esteban T.; Almela, Ramon (ed.). *Neologismo y morfología* (pàg. 11-37). Murcia: Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones.

Domènech, Ona (2016). «Neología y redes sociales: el uso de Twitter como fuente de vaciado de neología». A: García Palacios, Joaquín *et al.* (ed.) *La neología en las lenguas románicas. Recursos, estrategias y nuevas orientaciones* (pàg. 303-315). Frankfurt am Main. Peter Lang GmbH.

Domènech, Ona; Estopà, Rosa (2014) «Capítol 2. Sufixació». A: Cabré, Domènech i Estopà (ed.) *Nous mots en català: una panoràmica geolectal* (pàg.41-66). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Estopà, Rosa (2010): «La neologia especialitzada, repte constant per al mediador lingüístic». A: Eusebi Coromina; Josep M. Mestres (eds.) , *Aspectes de terminologia, neologia i traducció* (pàg. 15-39). Barcelona, Institut d'Estudis Catalans.

Estudio Anual de Redes Sociales 2018 (2018) IAB Spain. Madrid. 2018 [<https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-redes-sociales-2018-version-larga/>] [Data consulta: 28/12/2018]

Freixa, Judit (2002). «La dimensió social de la neologia». A: Cabré, M. T.; Freixa, J.; Solé, E. (ed.) (2002). *Lèxic i neologia* (pàg.67-75). Barcelona: Observatori de Neologia, Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra.

García Palacios, Joaquín *et al.*(ed.) *La neología en las lenguas románicas. Recursos, estrategias y nuevas orientaciones* (pàg. 303-315). Frankfurt am Main. Peter Lang GmbH.

Ginebra, Jordi; Llagostera, Roser; Rull Xavier (2014). «Capítol 1. Prefixació». A: Cabré, Domènech i Estopà (ed.) *Nous mots en català: una panoràmica geolectal* (pàg.23-39). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Ginebra, Jordi; Llagostera, Roser; Rull Xavier (2014). «Capítol 3. Composició culta». A: Cabré, Domènech i Estopà (ed.) *Nous mots en català: una panoràmica geolectal* (pàg.67-83). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Moreno, Manuel (2018) «Así utilizamos Twitter para informarnos». Trece Bits. Redes sociales y tecnología. 2018 [<https://www.trecebits.com/2018/11/07/asi-utilizamos-twitter-para-informarnos/>]
[Data consulta 28/12/2018]

Observatori de la Neologia (ed.) (2004). «La creació lèxica en català». A: Observatori de la Neologia (ed.) *Llengua catalana i neologia* (pàg. 47-240). Barcelona: Meteora.

TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA; REALITER. *Vocabulari de les xarxes socials* [en línia]. Ed. act. 2016. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2016. (Diccionaris en Línia) [<http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris_En_Linia/156/>](http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris_En_Linia/156/)

ANNEXOS

Annex 1. Corpus de neologismes procedents de Twitter

Neologisme	Categoria gramatical	Context	Aspectes tipogràfics	Procés de formació
anti-insults	adj (adjectiu)	@pauv1979 Jo tinc un traje *anti-insults* ³⁵ de tants que en rebo haha ??	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
antiacademicisme	m (nom masculí)	RT @jordinopca: Potser l'estat en què tinc l'estudi expressa la meua manera de pensar: la transitorietat. @EvaPiquer recorda el desordre ordenat de Joan Brossa, el seu *antiacademicisme* i alguns dels poetes que més admirava.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
anticapitalista	m i f (nom masculí i femení)	No pretenc que comparteixis el que escric. Però espero que un *anticapitalista* com tu critiqui el món fosc de les flotes i els que especulen amb llicències. Endavant.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
antieuforitzant	adj (adjectiu)	RT @CatorzeCat: «Probablement tenim fills per ser els nostres fills.» «Escriure és antidepressiu i *antieuforitzant*.»	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
antiindependentisme	m (nom masculí)	L'*antiindependentisme* 'soft' ja té manual d'instruccions.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
antijihadista	adj (adjectiu)	Un detingut en l'operació *antijihadista* Alexandria dels Mossos a Barcelona i a Igualada	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
antirepressiu -iva	adj (adjectiu)	RT @VilaWeb: @yeyaboya: 'Es parla molt de la unitat estratègica, però en la qüestió *antirepressiva* és imprescindible.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
antiunivers	m (nom masculí)	¿Existeix un *antiunivers*, reflex del nostre, que va cap enrere en el temps?	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
apreta	v tr (verb transitiu)	RT @FrancescSeres: (jo, amb gestos): És que la 44 em va baldera i la 42 m*apreta*.	(Sense marca tipogràfica)	AMS (Manlleu adaptat del castellà)
aprfito	v tr (verb transitiu)	RT @slrun93: Ara que ha sortit el #CasTorà al #FAQSchimueloTV3 *aprfito* per enllaçar els vídeos que expliquen el que va passar.	(Sense marca tipogràfica)	FVAR (Format per variació)
autodeterminar	v pron (verb pronominal)	RT @cupnacional: "Expliquin perquè sóc en aquest país, denunciïn que l'estat espanyol respon amb repressió contra la voluntat d'*autodeterminar-nos*. Es la millor manera d'ajudar-nos.Cuideu-vos."	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
autoorganització	f (nom femení)	RT @vagafeminista8M: Per l'*autoorganització* i l'autonomia del moviment, defensem la vaga feminista!	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
autoproclamar	v tr (verb transitiu)	Espanya planteja a la Unió Europea reconèixer l'*autoproclamat* president de Veneçuela, Juan Guaidó, si Nicolás Maduro no convoca eleccions al país. https://t.co/MGHlALkrfQ	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
autoproclamar	v tr (verb transitiu)	Espanya planteja a la Unió Europea reconèixer l'*autoproclamat* president de Veneçuela, Juan Guaidó, si Nicolás Maduro no convoca eleccions al país. https://t.co/MGHlALkrfQ	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
basesrussian	adj (adjectiu)	Fins els pebrots del fred, tres hores al ras esperant a @QuimTorraPla que surti de	(Sense marca tipogràfica)	FCOM (Format per composició)

35 Els neologismes es troben marcats amb dos asteriscs.

		Lledoners #*bagesrussian*		
brexit	m (nom masculí)	May demanarà a la Unió Europea renegociar l'acord del *brexit*.	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
brexiter	m i f (nom masculí i femení)	May anuncia al govern i al Parlament que renegociarà l'acord de divorci signat amb la UE a finals de novembre. Els *brexiteres* i els nord-irlandesos volen canvis fonamentals per donar suport al pla del #Brexit.	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
búnker	m (nom masculí)	Sánchez estrena el *búnker* de la Moncloa amb el director del CNI i el cap de l'Estat Major.	" "/- - (Cometes/guions d'incís)	AMD (Manlleu adaptat de l'alemany)
cameo	m (nom masculí)	Avui fem un *cameo*, per sorpresa nostra, a la columna de @QuimMonzo . Quim, volem una foto teva mirant l'estrena amb escuradents a les parpelles.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
celebrable	adj (adjectiu)	Aquest any en fem 50, però això no ho trobem tan *celebrable*.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
chavista	adj (adjectiu)	Als barris *chavistes* de Caracas: més consignes que pa.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
ciberdissident	m i f (nom masculí i femení)	Condemnat un *ciberdissident* xinès per una web de denúncia de violacions de drets humans.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
clickbait	m (nom masculí)	Convertir el nen Julen en *clickbait*. https://t.co/Fe2HLXgUf1	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
clickbaiting	m (nom masculí)	RT @drudibuixa: És divendres i no he fet mai submarinisme. Moderato cantabile veloç amb soliloqui final amb veu de mare. He de millorar el *clickbaiting*, ja ho sé.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
codirigir	v tr (verb transitiu)	RT @laura_rosel: He presentat i *codirigit* FAQs durant 42 dissabtes.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
cupaire	m i f (nom masculí i femení)	Entren al jutjat de Santa Coloma de Farners els dos *cupaires* per ultratge a la bandera espanyola.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
desabastiment	m (nom masculí)	El país s'enfronta al *desabastiment* d'aliments en cas de no acord.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
documentari	m (nom masculí)	La Universitat de València presenta el primer *documentari* sobre l'extrema dreta valenciana @la_cocientifica.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
email	m (nom masculí)	Sort, Mònica! Jo, per facturar a l'Ajuntament de BCN, vaig haver de portar PERSONALMENT la factura a la Virreina, si no recordo malament. No l'acceptaven via *email*. Tot molt del s.XXI.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
espòiler	m (nom masculí)	RT @OscarsTV3: Ep! Que està a punt de començar un programa nou a @TV3cat! Ara quan acabi el "Polònia"! No direm quin per no fer *espòiler*.	(Sense marca tipogràfica)	AME (Manlleu adaptat de l'anglès)
expo	f (nom femení)	L'*expo* em va agradar MOLT, però el fil aquest és encara millor.	(Sense marca tipogràfica)	FTABR (Format per abreviació)
expo	f (nom femení)	RT @albert_carreras: Ara que s'ha acabat l'exposició del Dust Bowl al @MuseuVidaRural us explicaré una cosa molt bèstia que em va passar amb una de les fotografies de l'*expo* en ple muntatge, ara deu fer un any, més o menys.	(Sense marca tipogràfica)	FTABR (Format per abreviació)
fake news	f pl (nom femení)	Josep Borrell posa com a exemple de *'fake news'* que l'1-O hi hagués un miler de ferits a	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)

	plural)	Catalunya https://t.co/D9jaMdr5yG		
fake news	f pl (nom femení plural)	¿Fan prou @facebook i @Google per lluitar contra les *fake news* a la UE? Brussel·les creu que no i demana més celeritat i transparència de cara a les eleccions europees.	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
fakir	m (nom masculí)	Al Congrés de la @CridaNacional només falten un *fakir* i uns malabars.	(Sense marca tipogràfica)	AMA (Altres manlleus adaptats)
fil	m (nom masculí)	RT @MontseAyats: Algunes aportacions al *fil* d @Savallsblog @JordiGraupera en relació als herois, el còmic i la novel·la gràfica en #català (dels altres gèneres dins lit. fantàstica no en tinc prou info ara mateix).	(Sense marca tipogràfica)	S (Neologisme semàntic)
fotoperiodista	m (nom masculí)	Nova detenció a Girona, ara un *fotoperiodista*.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
gayumbos	m pl (nom masculí plural)	Estem a -12, però la sensació és que estem al Carib. Doncs, apa, sortim en *gayumbos*.	" " (Cometes)	MS (Manlleu del castellà)
gentrificació	f (nom femení)	L'Ajuntament de Barcelona i EL PERIÓDICO organitzen un col·loqui sobre la *gentrificació*.	(Sense marca tipogràfica)	AME (Manlleu adaptat de l'anglès)
gihadista	adj (adjectiu)	Ho ha revelat el secretari de la mesquita, Hami Barbach, en la compareixença a la comissió d'investigació dels atemptats *gihadistes* del Parlament.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
gihadista	adj (adjectiu)	Comissió d'investigació parlamentària sobre atemptats *gihadistes* avui a Ripoll.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
gmail	m (nom masculí)	No sé si m'agrada que el *gmail* em vagi recordant els mails que tinc pendents de respondre.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
hackejar	v tr (verb transitiu)	PER SI T'HO HAS PERDUT --> T'han *hackejat* el correu? https://t.co/PT2x9iqzSz	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
hipercotxe	m (nom masculí)	Lotus i Williams forjen una aliança per crear un *hipercotxe* elèctric amb més de 1.000 CV i 400 quilòmetres d'autonomia anomenat Omega en clau interna.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
hit	m (nom masculí)	Acabo de descobrir que Henry Mancini va col·laborar en un dels *hits* del hip hop ibèric, "Zapato ortopédico" de La Excepción.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
indepe	m (nom masculí)	Que hem de ser realistes, ens diuen els *indepes* del 'així no', que vol dir que acceptem la injustícia com el nostre destí fatal, com més aviat millor.	(Sense marca tipogràfica)	FTABR (Format per abreviació)
indepe	m (nom masculí)	Els Taxistes: "Nosaltres no som com els *indepes*, us muntarem un bon merder".	(Sense marca tipogràfica)	FTABR (Format per abreviació)
indy	adj (adjectiu)	El president @quimTorra prega unitat independentista per superar el 50% dels vots a les municipals i europees "Poseu-vos d'acord" clama als candidats *indys* https://t.co/V0Ag7qBv3Z	(Sense marca tipogràfica)	FTABR (Format per abreviació)
islamofòbia	f (nom femení)	Davant del masclisme i la *islamofòbia* em trobaràs sempre de cara. Salut	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
LGTBI-fòbic	adj (adjectiu)	Aquesta tarda, a les 18.30h, la @LGTBIcat ha convocat una concentració de rebuig a l'atac *LGTBI-fòbic* d'aquest diumenge a la matinada.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
lit	f (nom)	RT @MontseAyats: Algunes aportacions al fil d	(Sense marca tipogràfica)	FTABR (Format per

	femení)	@Savallsblog @JordiGraupera en relació als herois, el còmic i la novel·la gràfica en #català (dels altres gèneres dins *lit.* fantàstica no en tinc prou info ara mateix).	tipogràfica)	abreviació)
mago	m (nom masculí)	Hi ha algun *mago* al Congrés de la @CridaNacional que tingui algun conjuro per fer callar una estona Eduard Pujol?	" " (Cometes)	MS (Manlleu del castellà)
mail	m (nom masculí)	No sé si m'agrada que el gmail em vagi recordant els *mails* que tinc pendents de respondre.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
malinterpretar	v tr (verb transitiu)	Segurament *malinterpreto* el tuf islamòfob del teu comentari a @miriamhatibi i la teva condescendència matxirula dient "nena" a una dona, oi?	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
matxirulo -a	adj (adjectiu)	Segurament malinterpreto el tuf islamòfob del teu comentari a @miriamhatibi i la teva condescendència *matxirula* dient "nena" a una dona, oi?	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
mig ambient	loc (locució)	RT @Ambientoleg: Hola! Sóc ambientòleg i potser em recordareu per èxits com: [...] Ni *mig ambient*, ni ambient sencer, és Medi Ambient!	(Sense marca tipogràfica)	FSINT (Format per sintagmació)
migrant	m (nom masculí)	Els usuaris de la xarxa són crítics amb els esforços del president nord-americà per frenar els *migrants* que arriben per Mèxic	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
must	m (nom masculí)	El control de la societat civil amb grans moviments sempre ha estat un *must*.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
neocon	m (nom masculí)	Trump nomena un agressiu *neocon* per gestionar la crisi de Veneçuela.	" " (Cometes)	FTABR (Format per abreviació)
ninja	m i f (nom masculí i femení)	Et recomano la lectura del llibre il·lustrat "158 maneres de follar silenciosament com un *ninja*". Editorial La Galera. Col·lecció "A poc a poc". 1973.	(Sense marca tipogràfica)	MA (Altres manlleus)
ole	interj (interjecció)	Una puta obra mestra. Direcció, guió, interpretació, realització, caracterització, vestuari...*ole*!	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
online	m (nom masculí)	Nadal - Djokovic: la final de l'Open d'Austràlia 2019, en directe *online*.	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
partner	f (nom femení)	@PepPrieto @tonivall Amb una *partner* romana oi? Zeus, Apol·lo, ataquem	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
pdf	m (nom masculí)	El diari ARA d'aquest dimecres, en *pdf*. Ja us el podeu descarregar.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
post-it	m (nom masculí)	Com a resposta, l'exterior del centre s'ha omplert aquesta tarda de *post-its* de colors amb missatges a favor de la llibertat sexual.	(Sense marca tipogràfica)	S (Neologisme semàntic)
precontractació	f (nom femení)	El Govern aprova la *precontractació* de 15 minuts dels VTC.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
prime time	m (nom masculí)	À Punt avança mitja hora els informatius de migdia i nit i també el *prime time*.	cva/" " (Cursiva/cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
proaccionari	m (nom masculí)	Precautoris i *proaccionaris*, l'article d'Albert Cortina	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
protoeurodiputat	m (nom masculí)	Apareix ara @JaumeAlonsoCuev *protoeurodiputat* molt aplaudit	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
puto -a	adj (adjectiu)	Li trencaré la cara a qui em torni a enviar per whatsapp el *PUTO* video d'una onada que	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)

		esborra de la sorra el 2018 i, per art de màgia (i d'un tall matusser i càmera enrera) apareix el 2019.		
renegociar	v tr (verb transitiu)	Theresa May demanarà a la UE de *renegociar* l'acord del Brexit.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
renegociar	v tr (verb transitiu)	May demanarà a la Unió Europea *renegociar* l'acord del 'brexit'.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
resilient	adj (adjectiu)	RT @RosannaRoyoiPla: M'ACLAME a les mares i àvies "tres voltes rebels" i *resilients* d'en @valtonyc @EtVolemACasa @TamaraVila83 @caputxinadaudg i de tot el nostre jovent combatiu dels nostres Països Catalans!	(Sense marca tipogràfica)	ML (Manlleu del llatí)
samplejar	v tr (verb transitiu)	Sí, però La Excepció van *samplejar* la versió del Moanin que va escriure Mancini.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
selfie	m (nom masculí)	Tomàs, has escrit ja el guió de l'entrada de @lacompetencia d'avui? Encara no hem rebut res. Deixa de fer-te *selfies*.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
sensesostre	m i f (nom masculí i femení)	De 'top-model' a Nova York a *sensesostre* a Barcelona.	(Sense marca tipogràfica)	FCOM (Format per composició)
sisplau	loc (locució)	Pots treure aquest pamflet del mig i deixar-nos contemplar les rajoles de la cuina, *sisplau*?	(Sense marca tipogràfica)	FLEX (Format per lexicalització)
soft	adj (adjectiu)	L'antiindependentisme *soft* ja té manual d'instruccions.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
state of mind	loc (locució)	Tinc fòbia social i la possibilitat d'haver de recollir un premi se'm feia una muntanya. Però estava embarassada, què caram, i tenia aquell *state of mind* de tant-se-me-n-fot-la-resta-de-coses.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
superilla	f (nom femení)	L'alcalde del PP a Barcelona @josebouvila defensa "no deixar ni un manter al carrer", eliminar carrils bici i no continuar el pla de *superilles*.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
susto	m (nom masculí)	M'agrada treure un llibre de tant en tant, per donar un *susto* als qui confien que ja sigui mort i enterrat, em deia Ramon Folch i Camarasa en aquesta entrevista.	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
tio	m (nom masculí)	@RistoMinyons Intento canviar una societat patriarcal on *tios* ens assassinen, no limitar la llibertat de cap dona	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
tossino	m (nom masculí)	Rimant casino amb *tossino*, ja m'has guanyat! :))))).	(Sense marca tipogràfica)	AMS (Manlleu adaptat del castellà)
traje	m (nom masculí)	Jo tinc un *traje* anti-insults de tants que en rebo haha.	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
tuitaire	m i f (nom masculí i femení)	Merci, Neus! És a l'entrada de l'edifici d'oficines Financia, pel que em diu un altre *tuitaire*.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
tuitejar	v tr (verb transitiu)	Vol fer el favor senyora de deixar de *tuitejar* bestieses?	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
tupper	m (nom masculí)	@AmadeuBrugues @mossos Obtenir *tuppers*!	(Sense marca tipogràfica)	AME (Manlleu adaptat de l'anglès)
tweet	m (nom masculí)	Rellegeix l'inici del meu *tweet* i veuràs que estic a favor de fer vaga per reivindicar drets. No pretenc que comparteixis el que escric. Però	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)

		espero que un anticapitalista com tu critiqui el món fosc de les flotes i els que especulen amb llicències. Endavant.		
tweet	m (nom masculí)	Enyoro aquells dies en què al meu TL hi havia 151.386 *tweets* amb fotos certificant la vostra presència al Primavera Sound.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
upper diagonal	m (nom masculí)	M'encanta ser del upper *upper diagonal*. Per sobre de tot hahaha.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
vanguardista	adj (adjectiu)	Ha mort el pintor *vanguardista* Eduardo Arroyo. Va pintar el quadre amb un dels millors títols que he llegit mai: "Carmen Amaya fregeix sardines al Waldorf Astoria".	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
verduri	adj (adjectiu)	Completament d'acord amb l'anàlisi *verduri*. A casa també som més de velcro i fusta.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
vice	m (nom masculí)	TS no autoritza la compareixença al Parlament de *vice* @Junqueras i els consellers presos polítics.	(Sense marca tipogràfica)	FTABR (Format per abreviació)
vintage	m (nom masculí)	M'exalta el nou i m'enamora el *vintage*.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
vtc	f pl (nom femení plural)	Defensar l'estabilitat del sector del taxi davant del que significa les *vtc's* és un mínim de justícia social!	(Sense marca tipogràfica)	FTSIG (Format per siglació)
walki	m (nom masculí)	Tinc un *walki* de l'organització... #quemedetengan.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
whatsapp	m (nom masculí)	Devem tenir els mateixos contactes al *whatsapp*. Bon any, Josep! Deixa't veure per Sant Medir, algun dia.	(Sense marca tipogràfica)	S (Neologisme semàntic)
wifi	m i f (nom masculí i femení)	A favor dels taxistes i la seva lluita. I a favor de regular el sector per prohibir les flotes i especular amb les llicències. I no permetre el servei públic dels vehicles bruts, sense aire condicionat o amb datàfon que no funcioni. I oferir *wifi* gratuïts als passatgers.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
xinesc -a	adj (adjectiu)	RT @MonDiari: La curiosa història de les ombres *xinesques* que van ultratjar la bandera espanyola. Ho explica @QuicoSalles.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)

Annex 2. Corpus de neologismes procedents de la premsa

Neologisme	Categoria gramatical	Context	Aspectes tipogràfics	Procés de formació
allevantat -ada	adj (adjectiu)	Aquest seria un escenari en què les nevades continuarien caient, però en canvi també és un escenari en què hi hauria poques possibilitats de borrasques *allevantades*, i per tant poques opcions de pluges abundants i extenses en bona part de Catalunya.	(Sense marca tipogràfica)	FPRSU (Format per prefixació i sufixació)
antifranquista	adj (adjectiu)	Aire que sintonitzava amb un ampli moviment polític i social de caràcter *antifranquista* que lluitava per la recuperació de les llibertats democràtiques i nacionals.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
antiracista	adj (adjectiu)	"Acabar amb les desigualtats socials i defensar el dret a l'habitatge, el decreixement turístic, la diversificació de l'economia de la ciutat i la	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)

		construcció d'una ciutat socialista, feminista, ecologista i *antiracista*" són les prioritats d'aquesta candidatura, segons han dit en un comunicat oficial.		
autoafirmar-se	v pron (verb pronominal)	*autoafirmar-te*, etc.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
autoanomenar-se	v pron (verb pronominal)	i la formació d'un Govern que *s'autoanomena* "provisional" a l'espera de la tornada improbable de Carles Puigdemon	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
autoimposar	v tr (verb transitiu)	*autoimposa*?	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
avaluatiu -iva	adj (adjectiu)	Una rúbrica *avaluativa* que té com a punt clau el fet de saber expressar-se de forma clara i comunicar el contingut del projecte de forma coherent	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
biotech	f (nom femení)	Empreses petites més volàtils com les *biotech* i no tant el dels grans grups farmacèutics.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
bolivarià -ana	adj (adjectiu)	Exèrcit *Bolivarià* i a la Guàrdia Nacional Bolivariana (GNB).	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
bow window	f (nom femení)	grans *bow windows* animen les seves volumetries.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
brexiter	m i f (nom masculí i femení)	No és exagerat creure que la filtració de la notícia hagi sigut un globus sonda més llançat des de la mateixa sala de màquines de Downing Street per explorar quina podria ser la reacció tant dels radicals del partit com la dels ministres *brexiteres* del govern:	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
brise-soleil	m (nom masculí)	sobretot la presència constant dels elements de protecció del sol -els cèlebres *brise-soleil*	(Sense marca tipogràfica)	MF (Manlleu del francès)
bròcoli	m (nom masculí)	La crema de *bròcoli*, de carxofa i fins i tot de carbassa?	(Sense marca tipogràfica)	AMS (Manlleu adaptat del castellà)
cameo	m (nom masculí)	Una gala catastròfica, farcits de *cameos* del cinema espanyol:	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
cardiorespiratori -òria	adj (adjectiu)	Ana, que llavors tenia dos anys, no podia respirar, estava en parada *cardiorespiratòria*.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
carinyo	m (nom masculí)	Però ara ho recordo amb *carinyo* i com una experiència brutal, perquè tot va anar bé i ell està sa	(Sense marca tipogràfica)	AMS (Manlleu adaptat del castellà)
catfishing	m (nom masculí)	Anomenat *catfishing* per encàrrec, que no és altra cosa que prendre el control del nostre perfil de Tinder per jugar amb determinats algoritmes i conceptes de màrqueting i psicologia, cosa que fa millorar el nostre ràtio de cites	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
cecina	f (nom femení)	*Cecina* (quantitat segons el gust).	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
chavisme	m (nom masculí)	Una ofensiva del *chavisme*.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
chavisme	m (nom masculí)	Desenes de milers de persones donen suport al	(Sense marca tipogràfica)	FSUF

	masculí)	*chavisme*	tipogràfica)	(Format per sufixació)
coach	m i f (nom masculí i femení)	Allà, un grup de *coaches* i experts en lideratge, comunicació i pedagogia	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
coescriure	v tr (verb transitiu)	un referent pedagògic', *coescrit* per Montserrat Camps Mundó i Carme Sala Sureda.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
conductual	adj (adjectiu)	Assistència sanitària psiquiàtrica i *conductual*, en diagnòstic tridimensional interactiu, en el tractament, la planificació i el control de la radiació, en rutines de rehabilitació i mitigació del dolor i en medicina esportiva.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
confirming	m (nom masculí)	Afavorir les empreses que paguen tard, ha creat una línia de negoci per a entitats financeres basada en el *confirming*	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
constuctiu -iva	adj (adjectiu)	Relat *constuctiu*	(Sense marca tipogràfica)	S (Neologisme semàntic)
contractador -ora	adj (adjectiu)	Usuari *contractador* unes virtuts que no té.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
contratacar	v tr (verb transitiu)	Als nois de Valverde els faltava només rapidesa i clarividència en l'última passada, i quan procedia al xut final, al mateix temps que no parava de *contratacar* el València.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
coparentalitat	f (nom femení)	Són situacions que dificulten la *coparentalitat* positiva entre els progenitors que han patit un trencament de parella	(Sense marca tipogràfica)	FPRSU (Format per prefixació i sufixació)
cranioencefàlic -a	adj (adjectiu)	Va quedar estès a terra, inconscient, amb un traumatisme *cranioencefàlic*.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
cronificar-se	v pron (verb pronominal)	...espera de la tornada improbable de Carles Puigdemont, es *cronifica* a pocs dies del macrojudici del procés.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
crop top	m (nom masculí)	Però en el capítol d'atreuiments (i encerts) destaca, sobretot, el vestit d'Ana Castillo, que va optar per un conjunt vermell de faldilla i *crop top* de Jorge Acuña amb un resultat espectacular.	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
cupaire	m i f (nom masculí i femení)	El vicepresident del Parlament, Josep Costa, i el diputat Francesc Dalmases, ben connectat amb els *cupaires* i les organitzacions civils.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
customitzat -ada	adj (adjectiu)	Un plat que es pot trobar arreu de tots els continents, *customitzat* i versionat, amb presentacions diferents i sempre molt popular.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
desestabilizador -a	adj (adjectiu)	Les remuntades es donen molt de tant en tant, difícilment s'encadenen, i més quan els rivals tenen l'empaquetatge del Sevilla i la rebel·lia del València, el rival *desestabilizador* per definició al Camp Nou.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
desfibril·lar	v tr (verb transitiu)	Llavors va començar a fer arrítmies cardíques i el vam haver de *desfibril·lar* diverses vegades	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
distributista	adj (adjectiu)	*distributista*	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
dron	m (nom)	Agost del 2018, quan va patir un atemptat amb	(Sense marca	AME

	masculí)	dos *drons*.	tipogràfica)	(Manlleu adaptat de l'anglès)
elaborador	m (nom masculí)	Hi ha fugues de Cava perquè no representa tots els *elaboradors*?	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
empatitzar	v intr (verb intransitiu)	Han perdut per a la ficció ni per *empatitzar* amb personatges.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
endollable	adj (adjectiu)	Les futures versions de Seat utilitzaran plataformes de tracció davantera o integral i mecàniques convencionals de dièsel i gasolina, però també existiran versions ecològiques amb motors de gas natural o sistemes híbrids *endollables* (PHEV).	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
escape room	f (nom femení)	*Escape room* i que ens posa en la pell	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
esclar	loc (locució)	Les clàssiques no hi falten, *esclar*, perquè la margarita;	(Sense marca tipogràfica)	FLEX (Format per lexicalització)
euroordre	f (nom femení)	Al juliol va claudicar i va retirar les *euroordres*.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
exitós -osa	adj (adjectiu)	Una *exitosa* gira pel Japó.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
fisicoculturista	adj (adjectiu)	Algunes de les serps i aranyes més verinoses del món, cangurs que semblen *fisicoculturistes*, taurons blancs que vigilen els surfistes.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
fixie	adj (adjectiu)	A ningú li estranya el cúmul d'infraccions que en qüestió de segons ha acumulat el conductor d'una bicicleta *fixie*?	cva (Cursiva)	ME (Manlleu de l'anglès)
focaccia	f (nom femení)	En fem de set tipus i una *focaccia*, i totes són veganes, amb producte vegetals, i algunes no tenen el tomàquet com a base?	(Sense marca tipogràfica)	MI (Manlleu de l'italià)
garantista	adj (adjectiu)	El tribunal vol ser especialment *garantista* en aquest cas, perquè es volen posar en qüestió les garanties, i per això cal extremar les cauteles?	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
goal average	m (nom masculí)	Eibar, que ha lligat dinou dels vint-i-sis punts al costat de la seva afició, el deixaria a cinc punts dels guipuscoans i amb el *goal average* particular en contra.	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
grosso modo	loc (locució)	En tots tres casos, els motius han estat els mateixos, *grosso modo*.	(Sense marca tipogràfica)	ML (Manlleu del llatí)
hashtag	m (nom masculí)	El *hashtag* #2feb es va convertir en trending topic durant el dia d?	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
hiperactivitat	f (nom femení)	Estan amb una *hiperactivitat* continuada, esforçant-se a fer música, anglès, un esport, i en tot han de ser els millors.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
homo sapiens	m (nom masculí)	...*homo sapiens* -va dir a Davos-, però la principal solució és tan simple que fins i tot un nen petit ho pot entendre.	(Sense marca tipogràfica)	ML (Manlleu del llatí)
identificatiu -iva	adj (adjectiu)	Però em vaig quedar amb la seva etiqueta *identificativa* per localitzar-lo i preguntar com estava, perquè quan deixes els malalts és com si els perdessis.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
identitari -ària	adj (adjectiu)	...ha identificat amb valors pacifistes i	(Sense marca tipogràfica)	FSUF

		progressistes, la qual cosa permet superar els vells esquemes del nacionalisme *identitari*.	tipogràfica)	(Format per sufixació)
identitari -ària	adj (adjectiu)	La relació que mantenen avui els veïns del Poble-sec amb el castell de Montjuïc no és ni estreta ni *identitària*	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
implantable	adj (adjectiu)	No viu amb por perquè des de llavors porta instal·lat un desfibril·lador automàtic *implantable* (DAI)	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
inadmetre	v tr (verb transitiu)	N*inadmeten* molts per defectes formals	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
intergeneracional	adj (adjectiu)	És una moda, sí, però també un plat *intergeneracional* (agrada tant als pares com als fills), i que, a casa, té la capacitat de reaprofitar la resta d?	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
intrafamiliar	adj (adjectiu)	Parlava dels abusos *intrafamiliars*, que són els més difícils de superar, els que la gent no denuncia perquè han de denunciar la mateixa família.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
kimono	m (nom masculí)	La primera va deixar més d'un espectador amb la boca oberta amb el seu *kimono* de la última colecció de Juan Vidal amb sabates de Juan Vidal X Magrit.	(Sense marca tipogràfica)	MA (Altres manlleus)
lectoescriptura	f (nom femení)	Aprenentatge de la llengua i la *lectoescriptura* segueix sent un tret diferencial:	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
look	m (nom masculí)	Els presentadors de la gala, Silvia Abril i Andreu Buenafuente van optar per un *look* clàssic i elegant.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
made in	loc (locució)	El model, amb faldilla de silueta sirena amb capes superposades i coll hàlter, quedava lluny del glamur *made in* Hollywood que l?	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
medley	m (nom masculí)	In memoriam i el *medley* de les cançons nominades que van fer (amb problemes tècnics) Amaia Romero, Rozalén i Judit Nedderman.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
micromecenatge	m (nom masculí)	Van haver de fer una campanya de *micromecenatge* per poder-se pagar les despeses del viatge.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
migrant	m i f (nom masculí i femení)	Que ho preguntin als *migrants* a Líbia	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
mil·lennial	adj (adjectiu)	Tangana passejant-se per la catifa vermella, David Broncano presentant un dels premis i Brays Efe promocionant Paquita Salas, qualsevol diria que els Goya volen conquerir el públic *mil·lennial*.	(Sense marca tipogràfica)	AME (Manlleu adaptat de l'anglès)
minicel·la	f (nom femení)	En aquest sentit, ha lamentat "l'espai reduït, tancats en *minicel·les*, amb les finestretes a dalt de tot de manera que no podien veure res durant tot el viatge i amb l'aire condicionat a tot drap, pelant-se de fred".	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
minigira	f (nom femení)	Lozano ha fet una *minigira*	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
momentum	m (nom masculí)	L'objectiu és explorar la possibilitat de construir un moment àlgid en el suport al Procés -el *momentum* de què tant ha parlat el president-	(Sense marca tipogràfica)	ML (Manlleu del llatí)

		que ara fins i tot el seu entorn veu lluny que sorgeixi si es mantenen la rivalitat i les discrepàncies		
neoconvergent	m i f (nom masculí i femení)	Els *neoconvergens* han cridat una vegada més a la unitat de l'independentisme per al cicle electoral que s'obre.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
neurociència	f (nom femení)	La Bàrbara és enginyera de telecomunicacions i treballa en una empresa de *neurociències* catalana.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
oficialisme	m (nom masculí)	...*oficialisme*, en canvi, va fer la crida a través de la televisió pública.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
one jet-motion	f (nom femení)	Una de les jugades dels Rams és l'anomenada *one jet-motion*, en què el 'quarterback', en un moviment ràpid, deixa la pilota en mans d'un corredor que passa per davant seu.	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
online	adj (adjectiu)	Muñoz i Miguel subratllen com la societat actual, amb un predomini de continguts *online*	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
parentalitat	f (nom femení)	Explica que la coordinació de *parentalitat* és un procés alternatiu de resolució de disputes entre progenitors, que se centra en els fills.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
paternofiliar	adj (adjectiu)	...objectiu de protegir i preservar les relacions *paternofilials* perquè siguin segures, sanes i sòlides.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
peatonal	adj (adjectiu)	Puja sobre la vorera central i encara, en contra direcció, la *peatonal* Portaferriça.	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
pizzaiolo	m (nom masculí)	...en Sergi Barull, a un curs de pizza tradicional amb un *pizzaiolo*.	(Sense marca tipogràfica)	MI (Manlleu de l'italià)
post mortem	loc (locució)	Arxiu fotogràfic de Barcelona, no van seleccionar cap retrat *post mortem*.	(Sense marca tipogràfica)	ML (Manlleu del llatí)
postnacionalista	adj (adjectiu)	La revolta catalana és, segons aquests autors, un moviment *postnacionalista*.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
precaritzat -ada	adj (adjectiu)	...ha volgut desprestigiar la nostra feina, i en un sector tan *precaritzat* això és desaparar-se un tret al peu.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
prejubilat	m (nom masculí)	L'Audiència Nacional és el tribunal on els empleats, *prejubilats* i jubilats portaran les seves demandes.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
premium	adj (adjectiu)	...una marca *premium* per als vins escumosos de més qualitat i crear una comissió per diferenciar el cava per origen geogràfic.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
prequirúrgic -a	adj (adjectiu)	Intervencions quirúrgiques amb finalitats formatives o en planificacions *prequirúrgiques*.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
proactiu -iva	adj (adjectiu)	L'independentisme es va imposar en aquest terreny -font del PP admeten que la Generalitat era molt més *proactiva* que...	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
prototipatge	m (nom masculí)	La RV afavoreix el *prototipatge* ràpid.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
pujolisme	m (nom masculí)	Però quan passi el judici, serà ineludible de fer-ho, i en aquesta discussió es dirimirà si el nacionalisme hereu del *pujolisme*	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)

quarterback	m i f (nom masculí i femení)	Una de les jugades dels Rams és l'anomenada 'one jet-motion', en què el *quarterback*, en un moviment ràpid, deixa la pilota en mans d'un corredor que passa per davant seu.	" " (Cometes)	ME (Manlleu de l'anglès)
reaprofitar	v tr (verb transitiu)	És una moda, sí, però també un plat intergeneracional (agrada tant als pares com als fills), i que, a casa, té la capacitat de *reaprofitar* la resta.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
redefinir	v tr (verb transitiu)	Han engegat un "seriós treball" per *redefinir* els termes del pacte i que el Regne Unit estableixi una unió duanera permanent amb els Vint-i-set.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
reenfocar	v tr (verb transitiu)	El compromís del nou equip de govern va ser obrir un procés participatiu per decidir si calia *reenfocar* el projecte, que havia generat tensió.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
reggaeton	m (nom masculí)	Les lletres de *reggaeton* .	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
relegitimar	v tr (verb transitiu)	...acord que es *relegitimi* el poder legislatiu i que anem a unes eleccions lliures.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
rumorologia	f (nom femení)	Patty Hearst es va convertir gairebé en una llegenda envoltada de *rumorologia*.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
serialitzat -ada	adj (adjectiu)	...històries *serialitzades* no els aparta de la lectura.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
soberanista	adj (adjectiu)	El judici ha tornat a evidenciar les tensions al si de Catalunya en Comú, que van aflorar especialment després que es fundés el corrent comuns *soberanistes*.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
sobiranisme	m (nom masculí)	Per fer-ho intensificarà els contactes per intentar recosir la unitat estratègica del *sobiranisme* per arribar amb un pla consensuat al final del judici.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
sobiranisme	m (nom masculí)	Marín i Tresserras consideren que si el *sobiranisme* ha aconseguit ser majoritari en el catalanisme és perquè	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
sobredimensionar	v tr (verb transitiu)	Ha *sobredimensionat* la plantilla	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
socioeconòmic -a	adj (adjectiu)	L'experiència demostra que afecta qualsevol classe social independentment dels recursos *socioeconòmics*.	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
statu quo	m (nom masculí)	... *statu quo* o la irrupció de nous models.	(Sense marca tipogràfica)	ML (Manlleu del llatí)
stock options	f (nom femení)	...milions de dòlars devaluant intencionadament les opcions sobre les accions (*stock options*).	() (Parèntesis)	ME (Manlleu de l'anglès)
storytelling	m (nom masculí)	...han unit per crear un taller de *storytelling*	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
superestrella	f (nom femení)	I és que, tot i que aquí el Vila-real - Espanyol serà vist com una lluita per allunyar-se del descens, a la Xina ja és un partit marcat al calendari amb vermell perquè pot significar el	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)

		debut de la seva *superestrella*.		
supremacisme	m (nom masculí)	De fet, ha considerat que en l'última conferència que ha ofert, de la qual n'ha qualificat l'holograma de "lamentable" i "patètic", demostra que "és un líder que busca el *supremacisme* d'una part dels catalans per aconseguir la segregació".	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
supremacista	adj (adjectiu)	Així ha carregat contra el líder d'ERC, Oriol Junqueras, a qui ha acusat de ser *supremacista* i racista per textos que ha escrit en el passat sobre la suposada ètnia catalana.	" " (Cometes)	FSUF (Format per sufixació)
tacticisme	m (nom masculí)	El *tacticisme* legitimista ha estirat la il·lusió unilateralista tant com ha pogut i més.	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
teenager	adj (adjectiu)	...una escola on se sentien grans i portar-los a un univers *teenager*.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
think tank	m (nom masculí)	El *think tank* situa Espanya entre una de les úniques vint	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
timador	m (nom masculí)	...amistat amb Butch Cassidy, el *timador* amb bon cor.	(Sense marca tipogràfica)	MS (Manlleu del castellà)
totcamí	m (nom masculí)	D'entrada, aquest CUV (nom tècnic que reben els *totcamins* de tall cupè) serà el primer vehicle exclusiu de la nova Cupra independent.	(Sense marca tipogràfica)	FCOM (Format per composició)
travelling	m (nom masculí)	un dels acudits més inspirats de Buenafuente ("Echenique és un polític molt cinematogràfic, la seva vida és un *travelling*").	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
trending topic	m (nom masculí)	El hashtag #2feb es va convertir en *trending topic*.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
ultractivitat	f (nom femení)	...anomenada *ultractivitat* dels convenis.	(Sense marca tipogràfica)	FPRE (Format per prefixació)
unilateralista	adj (adjectiu)	La fi de la il·lusió *unilateralista*	(Sense marca tipogràfica)	FSUF (Format per sufixació)
vegà -ana	adj (adjectiu)	En fem de set tipus i una focaccia, i totes són *veganes*, amb productes vegetals.	(Sense marca tipogràfica)	AME (Manlleu adaptat de l'anglès)
versionar	v tr (verb transitiu)	...ha convertit en un plat que es pot trobar arreu de tots els continents, customitzat i *versionat*, amb presentacions diferents i sempre molt popular.	(Sense marca tipogràfica)	FCONV (Format per conversió)
videoconsola	f (nom femení)	si comptem amb una *videoconsola* PlayStation 4, podem equipar-nos amb unes ulleres PlayStation VR;	(Sense marca tipogràfica)	FCULT (Format per composició culta)
visual thinking	m (nom masculí)	El *visual thinking* ajuda a sintetitzar, estructurar i donar sentit a la informació, a més de plasmar-la de manera atractiva.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
war room	f (nom femení)	En aquest aspecte Quim Torra compta amb el seu cercle de confiança, el que diputats de JxCat anomenen la *war room*.	(Sense marca tipogràfica)	ME (Manlleu de l'anglès)
whatsapp	m (nom masculí)	Un polèmic *whatsapp*	(Sense marca tipogràfica)	S (Neologisme semàntic)
xinesamericà -ana	adj (adjectiu)	...en un concert de música en directe amb la projecció de la pel·lícula ET, la directora *xinesamericana* Xian Zhang...	(Sense marca tipogràfica)	FCOM (Format per composició)

