El to

Lluís Pastor

P08/18028/01652

UOC
Universitat Oberta de Catalunya
www.uoc.edu

Índex

Introducció..... 5

Objectius..... 6

1. El to és la intenció..... 7

2. L'objectivitat..... 8

3. Mostrar l'opinió..... 11

4. Amagar l'opinió..... 15

Introducció

Aquest mòdul té una intenció molt clara i un objectiu molt concret: facilitar sistemes d'anàlisi per detectar l'aparició de l'autor en el text. En el moment en què s'ha pogut detectar com apareix l'autor, és quan es pot determinar quin to té el text. Pot tractar-se d'un text amb un to neutre, en el qual l'autor s'ha allunyat tant que arriba a desaparèixer, com el cas de les notícies. Al contrari, pot ser que l'autor es mostri de manera explícita i la càrrega emotiva que vol traslladar es faci evident. I també pot donar-se la circumstància, i és la que resulta més freqüent, que l'autor vagi deixant una traça difusa, que només els qui tinguin bones eines de detecció poden localitzar i objectivar així el to del text.

El to és aquesta distància entre l'autor del text i el seu text. I la distància que mostra el to té molt que veure amb la intenció que tenia l'autor del text en el moment en el qual ho va concebre i va escriure.

Objectius

1. Proporcionar sistemes d'anàlisi per a la detecció de la presència de l'autor en el seu text, tant quan és explícita com quan és més difusa.

2. Evidenciar que hi ha textos en els quals l'autor es mostra de manera explícita i en els quals és relativament senzill determinar el to que té el text.

3. Facilitar eines per al rastreig de la presència de l'autor en els textos en els quals no resulta evident.

1. El to és la intenció

La comunicació és negociació i l'escriptura, el testimoni del propòsit de qui negocia. En l'escriptura es reflecteix la intenció que té qui estableix una comunicació. A través del text algú intenta comunicar amb el seu públic, és a dir, pretén aconseguir que el que vol expressar arribi als altres i sigui entès. No solament això, sinó que pretén que sigui entès de la millor manera possible i que aquesta manera respongui als seus interessos. Si un text s'entén tal com vol l'autor que sigui entès és molt probable que el que diu sigui acceptat. Per a aconseguir aquest resultat és necessari trobar el to adequat del text.

Però, què és el to? La paraula *to* m'agrada perquè és poc específica i vagament científica. El to és un concepte difús però usat. I si l'usem és que resulta útil i comprensible. Amb to volem expressar una manera de dir. El to es percep en la relació del text amb el lector, per la qual cosa una de les característiques fonamentals per a encertar amb el to d'un text és conèixer abans el tipus de públic a qui va dirigit. Però fonamentalment podríem entendre el to com el regulador de la presència de l'autor en el text. El to mostra la distància de l'autor amb el que explica, la seva actitud i la seva intenció. Gràcies al to del text podem percebre un aire que revela la relació que manté el comunicador amb el comunicat. Podem anomenar-ho *intenció* o, com fa el periodista Wynford Hicks, *angle*. Però en tot cas el to mostra el compromís de l'escriptor. Si fos Aristòtil qui parlés probablement l'anomenaria *ethos*. El to plasma la intenció de l'autor en el text i converteix aquesta actitud respecte al tema tractat en pistes lingüístiques.

Amb l'estudi del to en el text es rastrejarà la presència del jo i es valorarà la implicació de l'autor en l'escrit. S'analitzarà la presència del jo o la seva absència i la voluntat de tenyir el text d'opinions. El subjecte que es comunica modela el text; s'infiltra, es mostra o s'amaga; opina d'una manera encoberta o explícita. El concepte de to és el particular detector de metalls que aplico sobre el text per descobrir l'autor que l'ha escrit.

2. L'objectivitat

L'objectivitat és un recurs gramatical, l'absència de la primera persona en el text. Això és l'únic que es pot assegurar de l'objectivitat en explicar una història. Que per persuadir el lector que el text és objectiu s'ha eliminat qualsevol traça evident del seu autor. La resta del que es diu sobre l'objectivitat, és literatura.

I si resulta que s'elimina la presència de la primera persona en el text i queda un to objectiu és perquè l'actitud de l'autor el mou a excloure la seva implicació personal en el que explica. Per tant, l'objectivitat es podria entendre com una intenció. La de voler explicar la veritat tal com l'autor del text l'ha entès. La de ser objectiu. I què vol dir ser objectiu? No barrejar conscientment la manera particular de veure el món que té l'autor en allò que explica. Però en tot cas ja es veu que només pot assegurar-se que l'objectivitat és una actitud de l'autor que es reflecteix tècnicament en l'eliminació del jo en el text.

Però eliminar de manera radical la presència del jo és una tasca impossible. Qui ha fet la selecció d'informacions, fets i dades per construir el text? L'autor. Qui ha decidit que ara es produeix l'oportunitat per tractar el tema? L'autor. Qui ha construït l'estructura del text i l'ha redactat escollint unes paraules i no d'altres? L'autor. Qualsevol història està narrada des d'un punt de vista i aquest fet en marca definitivament el resultat. Vist això, s'entén que per a decidir que un text és objectiu n'hi hagi prou només de no trobar el jo en les seves frases. És més senzill. L'objectivitat es conforma a esborrar el jo del text, ja que no pot eliminar el punt de vista, consubstancial a la narració de la història.

Quan redacto aquestes línies encara no s'ha decidit qui ha de representar el Partit Demòcrata dels Estats Units a la campanya de les eleccions presidencials. Els dos candidats que lluiten per la nominació, Hillary Clinton i Barack Obama, tenen possibilitats de guanyar. Ambdós candidats han obtingut un nombre similar de delegats per a la convenció que ha de decidir quin d'ells s'enfrontarà al republicà John McCain. L'elecció del candidat demòcrata és rellevant per al món però és clar que no és un dels assumptes més importants de l'agenda informativa espanyola. Llavors, per què el diari *El País* fa campanya pel candidat Barack Obama? El diari no ha pres posicions públicament, però els seus textos el delaten. No es tracta de fer campanya de manera descarada, es tracta de ser objectiu, és clar, però els textos que informen sobre el que està passant als Estats Units estan tenyits d'un to que fa que Obama resulti simpàtic per a l'audiència i Clinton, antipàtica. El to dels textos mostra un Obama vencedor i una Clinton perdedora fins i tot abans que es decideixi qui ha guanyat i qui ha perdut. I tot sota la capa de l'objectivitat absoluta. Vegem-ho.

Comencem anant cap enrere. El dia 24 d'abril, després de les eleccions a Pennsilvània en les quals Hillary Clinton es va imposar a Barack Obama, el diari *La Vanguardia* obria la seva portada amb el titular següent: "Clinton gana en Pensilvania y siembra dudas sobre Obama". En aquest titular es veu amb claredat que Hillary Clinton ha guanyat i que Obama ha perdut, i que aquesta derrota mina la credibilitat del candidat. No hi ha dubte, després de llegir el titular, que el missatge positiu està dirigit a la vencedora de la votació a Pennsilvània, Hillary Clinton. Vegem ara com titulava, també en la primera, el diari *El País*: "Clinton mantiene viva su campaña tras ganar en Pensilvania". El fet de guanyar està tractat en segon terme perquè el rellevant per a aquest diari és que Clinton encara és viva en la cursa cap al lideratge del partit. Literalment diu que "mantiene viva su campaña". Si resulta significatiu que mantingui viva la campanya és perquè la donava per morta. I resulta que ambdós candidats en aquell moment estaven empatats en delegats. Per si algun lector no ho havia entès encara, un subtítol ho aclaria: "Obama aborda en cabeza la recta final". Guanya Clinton però sembla que la seva candidatura s'arrossegui i ens recorda que, encara que empaten, és Obama qui va al capdavant. El fet en ambdós diaris és el mateix: Clinton ha guanyat aquestes eleccions a Pennsilvània. Però el tractament, superobjectiu sempre, dóna a entendre en un cas que la victòria de Clinton sembra dubtes sobre el seu rival, és a dir que Obama flaqueja, i en un altre que, encara que hagi guanyat, la candidatura de Clinton es troba a la unitat de cures intensives.

Si es fa un repàs dels titulars que el diari *El País* proporciona als seus lectors sobre l'elecció entre Clinton i Obama s'observarà que les paraules que s'usen per a tractar Obama sempre tenen un deix positiu, mentre que les paraules escollides per als titulars en els quals s'esmenta Clinton tenen un matís negatiu. La millor manera de comprovar-ho és reproduir-los. Per a Obama: "El sueño de Martin Luther King renace 40 años después" (5 d'abril de 2008). Tant la paraula *somni* (que s'enfronta al terme negatiu *malson*) com la referència al reverend Luther King, són positives. "Obama «pata negra»" (4 d'abril de 2008): l'al·lusió al tipus de pernil pota negra mostra la màxima qualitat del candidat. "Obama acaricia la victoria" (27 de març de 2008): quan realment es produïa un empat tècnic, amb cent delegats de diferència dels més de 2.000 que necessita el candidat guanyador. "Obama se dispone a ampliar su cuenta de delegados en Misisipi" (12 de març de 2008): també l'havia d'ampliar Clinton, encara que en menor mesura, i del titular sembla que no hagi de guanyar gens de terreny. "La popularidad de Obama resiste el juego sucio" (27 de febrer de 2008): sense esmentar-ho vincula un concepte tan negatiu com fer trampes amb el nom de la candidata i dóna per descomptat que, bo i essent víctima del joc brut, el candidat Obama venç aquests atacs del seu rival. "Obama confirma en Tejas su perfil ganador" (23 de febrer de 2008): mostra que el diari ja ha pres partit per un dels candidats. Però qui hagués llegit *El País* el dia 21 de febrer, quan res no s'havia decidit encara ni molt menys, ja sabia què passaria (o almenys ja sabia el que el redactor i el diari volien que passés): "Obama avanza, Clinton se hunde". Això sí, sense cap pronom de primera persona en el text, no fos cas.

En canvi, per a Hillary Clinton, el diari *El País* reservava la fèrtil tropa de paraules del camp semàntic de la negativitat i la derrota. Així el dia 23 de març titulava: "Aumenta la presión sobre Clinton para que retire su candidatura". Dos dies abans ja s'havia posat en dubte la seva capacitat: "La agenda de Hillary Clinton pone en duda su experiencia" (21 de març de 2008). I a començaments d'aquell mes s'havia alertat sobre com Clinton recaptava diners per a la seva campanya: "Obama pide a Clinton claridad sobre sus fondos" (7 de març de 2008). I aquest era el tractament que donava un diari de referència a un assumpte que succeeix a milers de quilòmetres de distància i que no afecta l'agenda política dels espanyols de manera directa.

3. Mostrar l'opinió

Els textos poden mostrar l'opinió del seu autor o amagar-la. Alguns l'amaguen tant que la presència de l'autor només es pot seguir en funció de l'estructura d'idees que ha construït i de la selecció d'informacions que usa per a la narració. O, al contrari, per les informacions que exclou del seu text. Aquesta selecció i aquest punt de vista són sempre significatius.

Però pot succeir que un text mostri clarament el seu autor. En aquests casos el *jo* està present i la intenció de l'autor es farà evident. De fet, l'ésser humà es fa present en qualsevol comunicació a través del pronom *jo*. La paraula *jo* és probablement la més repetida al llarg d'una vida normal. Tota comunicació passa pel *jo*, de vegades de manera insofrible. Però és que sense *jo* no hi ha comunicació. En la seva mínima expressió la comunicació només necessita dos elements: el *jo* i el *tu*. La presència d'aquest jo que parla i d'aquest tu que escolta fa possible que es posi en marxa el mecanisme de la comunicació. Podríem dir que *jo* i *tu* són el protó i l'electró de la comunicació. I una comunicació fluida és la que permet que el jo que parla es converteixi en algun moment en tu i que el tu que escolta es transformi en el jo que parla. L'equilibri comunicatiu té com a base un repartiment similar d'aquestes quotes de *jo* i de *tu* en la relació.

Com es veu, el pronom *ell* no fa falta en una comunicació. *Ell* és l'al·ludit. *Ell* és la tercera persona, la que no intervé en la comunicació de manera directa. Per a Émile Benveniste, lingüista de referència, és fins i tot la no-persona i per *no-persona* entén les entitats del món diferents als interlocutors. I si *ell* es persona en la comunicació, immediatament es convertirà en un *jo* –si parla– o en un *tu* –si escolta. *Jo* i *tu* són, doncs, el motor de la comunicació i, és clar, *nosaltres* i *vosaltres*.

I aquestes peces lingüístiques –el *jo* i el *tu*– posseeixen la rara qualitat d'omplir-se de continguts diferents en cada acte de comunicació. Per a aquest text, *jo* és l'autor del llibre, però quan vostè abandoni la lectura d'aquestes pàgines i utilitzi la paraula *jo*, aquest *jo* s'omplirà de centenars o de milers de realitats diferents. *Jo* és algú diferent en cada comunicació. El mateix li passa a la paraula *tu*. Qui és *tu*? No ho podem saber si no coneixem el context d'un acte de comunicació determinat. Aquesta qualitat de ser conceptes buits, disposats a prendre una forma diferent en cada acte de comunicació només la tenen els deíctics. *Jo* i *tu* només es poden interpretar a partir del discurs en el qual són pronunciats i per això els anomenem *deíctics de persona*. Són deíctics perquè assenyalen algú. Com afirmen els lingüistes Dominique Maingueneau i Vicent Salvador, els deíctics de persona experimenten una interpretació que se'ls atribueix únicament en funció de l'acte de comunicació concret en el qual se situen (Maingueneau, 1995, pàg. 14).

Per tant, els pronoms *jo* i *tu* busquen omplir-se de contingut fora del mateix text en el qual es pronuncien. El *jo* d'un text cerca el seu autor. De vegades el troba molt aviat. És el cas, freqüent, del text que va signat. El *jo* ha buscat el seu autor i el troba en la firma a peu de text. O potser el troba a la coberta del llibre o a la portadeta. Hi ha ocasions en les quals el jo és pràcticament irrecuperable. Imaginem que uns arqueòlegs troben uns textos amb molts segles d'antiguitat. En aquests textos apareix la paraula *jo* múltiples vegades i, en canvi, hi ha poques possibilitats que els arqueòlegs descobreixin la identitat d'aquest *jo*. Potser ens aproximarem al seu rol social i, per extensió, al seu sexe i edat. Però resulta improbable que sapiguem qui va ser exactament qui el va escriure. Si és un text que reprodueix alguns trets específics d'un personatge públic –alguns estilemes o trets d'estil– potser algú s'aventurarà a posar-hi nom i cognoms. Però en qualsevol cas, no deixarà de ser una suposició.

Els pronoms *jo* i *tu* busquen la identitat de qui els va pronunciar o va escriure fora del text. Per això resulta tan estranya, encara que desperti poc debat, aquesta pràctica dels periodistes d'amagar el *jo* en la redacció de notícies i, en canvi, exigir que el seu nom consti al costat del seu text. Si no hi ha *jo* és que l'autor del text no resulta rellevant. Això és del que ens volen persuadir els mitjans de comunicació quan redacten notícies, que no hi ha autor, que el text és realment objectiu. Llavors, per què la vanitat de la firma? Aquesta firma trenca l'encanteri que havia creat l'absència del *jo* en el text.

Això respecte al *jo*. Quan un text fa referencia al *tu* o al *vostè*, el text busca el seu lector. L'autor del text ha estat conscient de la importància d'aquest simulacre de diàleg que és un text i focalitza la figura del lector. Aquest *tu* pretén situar al lector sota el focus de l'autor, realçar-lo i implicar-lo en el text. I que ningú no s'enganyi, l'aparició d'un *tu* o d'un *vostè* en el text posa de manifest indubtablement la presència d'un *jo*. Ja que, com s'ha vist, un *tu* requereix un *jo*.

Per tant, l'aparició del *jo* o del *tu* en el text és l'evidència que l'autor es fa present amb totes les conseqüències. Aquests deíctics de persona fan participar de manera activa l'autor i el lector en el text. I la seva presència sempre és rellevant.

Però el *jo* i el *tu* es poden fer presents encara que els pronoms *jo* i *tu* no apareguin. Qualsevol acte de comunicació fa intervenir l'emissor i el receptor en un moment donat de la història i en un lloc determinat. La comunicació s'explica per aquests tres elements: persones, moment i lloc. Imagini's que sóc a classe explicant els deíctics als estudiants de Comunicació i vull situar l'acte de comunicació. El *jo* és Lluís Pastor; el *tu* és un vosaltres, els estudiants que han anat a classe. El moment és divendres 4 d'abril de 2008 a les sis de la tarda. I el lloc és l'aula 102 de la Facultat de Comunicació de la Universitat Ramon Llull, la segona aula del primer pis, a la dreta.

Cada vegada que durant aquesta classe apareix la paraula *jo* i la pronuncio jo, no hi ha dubte que es tracta del professor. Cada vegada que pronuncio la paraula *ara*, els estudiants que m'escolten no tenen dubte que es tracta d'aquell moment en concret, entre les sis i dos quarts de set de la tarda d'un divendres 4 d'abril de 2008. I cada vegada que pronuncio la paraula *aquí*, cap dels que assistim a aquesta classe no interpreten cap altra cosa que no sigui l'espai de la classe. També puc dir *allà* i els estudiants interpretaran que em refereixo a un racó de l'aula. Si a més assenyalo el lloc amb el dit, la dixi serà perfecta, ja que el concepte de dixi significa assenyalament.

Per tant, es plasma la presència de l'emissor en un acte de comunicació mitjançant la dixi personal (*jo-tu*), però també es pot reproduir l'enunciació (l'acte de comunicació i els protagonistes, segons la terminologia de Jakobson) incorporant la dixi temporal (els elements que situen quan s'ha produït l'acte de comunicació: *ara*, *després*, *abans*, *aquest matí*) i la dixi espacial (*aquí*, *allà*, *a prop*, *lluny*, *més amunt*). Qualsevol d'aquests elements és tan buit com el jo o el tu. Són elements relacionals que només prenen cos en un acte de comunicació determinat. Si jo dic *després*, després de què? Si dic *aquí*, a quin lloc em refereixo? Només es podrà conèixer a què fan referència aquestes paraules si emissor i receptor comparteixen l'acte de comunicació. En qualsevol altre cas, aquestes paraules resulten incomprensibles.

Doncs bé, de la mateixa manera que els pronoms *jo* i *tu* resultaven significatius per a descobrir la presència de l'autor en el text, per a formalitzar la seva participació i la importància que dóna al seu punt de vista, la presència de deíctics temporals i espacials també delata la presència de l'autor en el text. I això és així perquè aquests elements remeten a un acte de comunicació en el qual resulta imprescindible la presència del *jo* i del *tu*. D'aquesta manera, l'autor del text es fa present d'una manera menys evident encara que igualment significativa. Per mostrar-ho amb claredat recullo un exemple de la premsa sobre un tema polèmic: la sequera a Catalunya. El titular diu: "El Gobierno catalán dice ahora que no será necesario el transvase del río Segre". Aquest *ara* del titular posa en evidència que hi va haver un acte de comunicació en el qual el Govern, o el conseller de Medi Ambient, van dir el contrari. Amb això el titular el que està dient realment és que el Govern ha rectificat, és a dir, ha hagut de fer marxa enrere en la seva decisió de transvasar l'aigua. Ha perdut. Un titular de notícia d'un diari progovernamental probablement hauria obviat l'adverbi *ara*.

Per tant, l'autor d'un text es pot mostrar a través de deíctics personals, temporals i espacials. Aquest és un mètode per a l'aparició del *jo*. Però el *jo* pot impregnar d'opinió de manera evident el text mitjançant altres sistemes. En aquesta reflexió resulta indefugible apuntar la relació que estableix l'emissor amb el que s'ha emès, la relació que estableix l'autor d'un text amb el contingut del text. Aquesta relació, fa gairebé un segle el lingüista francès Charles Bally la va anomenar el *modus*. Per tant, el *modus* aporta informació rellevant sobre el grau de subjectivitat de qualsevol text. Per aquesta raó, es podrà usar el terme *modalització* per a determinar el grau de subjectivitat que apareix en

un text, l'aparició d'actituds i opinions de l'autor en el text (Castellà, 1992, pàg. 202). Com podem rastrejar aquesta modalització? Un grup de lingüistes (Rosa Artigues, Teresa Barenys, Jaume Casasses, Josep Maria Castellà, Rosa Ruiz i Antònia Serena) van elaborar un catàleg d'elements lingüístics que posen en evidència la presència del *jo* i la càrrega modalitzadora amb què queda impregnat un text. Els lingüistes van agrupar els elements en cinc categories diferents (Castellà, 1992, pàg. 202-204).

La primera categoria té a veure amb els recursos prosòdics i permet descobrir la modalització en textos orals. La intensitat de la veu en certs passatges mostra la importància que l'orador dóna a aquesta porció del text. O la diferent entonació que usi (tons més aguts o més greus per a caricaturitzar persones o situacions). El ritme de l'elocució també pot manifestar què és el que pensa l'orador: alenteix certes parts perquè quedin clares o accelera altres frases perquè hi dóna menys importància. Aquests suports prosòdics es poden traslladar en part als textos escrits mitjançant l'ús de certs auxiliars gràfics (signes de puntuació). Aquests auxiliars gràfics poden convertir en oració exclamativa una que no ho era i així multiplicar l'efecte que busca l'autor de l'oració. O també poden escurçar o allargar frases per mostrar l'interès que té l'autor que quedin més o menys fixades en la memòria del públic.

La segona categoria agrupa els elements lèxics valoratius: els substantius valoratius (*pena*, *admiració*, *lleialtat*, *noblesa*, etc.), els adjectius valoratius (*verdader*, *sincer*, *trist*, *sinistre*, etc.), els verbs valoratius (merèixer, pretendre, etc.), els verbs que expressen sentiments de l'emissor (*lamentar*, *sentir*, *esperar*, *desitjar*), els adverbis de manera que depenen d'un verb (*desesperadament*, *meravellosament*, etc.) i les expressions quantitatives subjectives (*molt*, *poc*, *massa*, *bastant*, etc.).

La tercera categoria es refereix a les fórmules d'expressivitat de l'emissor, a les interjeccions i invocacions (*Déu meu!*) i té una relació directa amb la quarta categoria, que tracta de les crides al receptor (ja es va veure abans que la presència del receptor –del *tu*–, manifesta o a través d'una crida, delata el *jo* que el convoca).

Per a l'última categoria els lingüistes deixen els canvis de registre lingüístic (del llenguatge estàndard al col·loquial o al culte) i altres jocs en els quals l'autor del text apareix d'una manera més rebuscada (en la ironia, per exemple).

Afegeixo, per ampliar l'ús de la categorització que va proposar aquest equip de lingüistes coordinat per Rosa Artigas, que en la comunicació oral, també es pot rastrejar la modalització d'un discurs amb l'anàlisi dels gestos de l'orador.

En funció del nombre d'aparicions d'aquests elements, als quals cal afegir les mostres més evidents de subjectivitat que proporciona l'anàlisi dels deíctics, es pot obtenir el grau de modalització que té un text.

4. Amagar l'opinió

Per a amagar l'opinió resulta imprescindible que l'autor del text s'amagui entre les seves frases, com si estigués camuflat entre els matolls d'una selva tropical. L'autor serà present i inocularà un punt de vista, una opinió i unes emocions al text, però d'una manera camuflada. Com es pot trobar l'autor en el text? Com es pot moure còmodament entre línies i no ser detectat pel lector? Per a fer possible l'impossible cal posar-se les ulleres per a descobrir autors amagats que va inventar un clàssic de la lingüística moderna, Mijail Bajtin, i que després un altre lingüista, Oswald Ducrot, va patentar i hi va buscar nous usos. Bajtin va observar que en un text literari hi havia diferents veus que intervenien alhora i va encunyar el terme *polifonia* (múltiples veus). Aquesta polifonia és fàcil d'observar si ens introduïm en un text de ficció. Cada personatge mou un món que, en qualsevol cas, ha dissenyat l'escriptor. Però el que no és tan evident és que en un mateix enunciat també coexisteixin diferents veus. El que no resulta tan fàcil és sentir aquestes veus en la mateixa frase. I això és el que va teoritzar Ducrot (1984).

Per explicar la polifonia, Ducrot es val de tres figures, de tres veus diferents. La primera veu que descriu el lingüista és l'emissor. L'emissor és l'individu que pronuncia o escriu físicament un text. Quan sóc a classe, jo sóc l'emissor del text que pronuncio. Ara sóc l'emissor d'aquest text que vostè llegeix. El presentador d'un informatiu de televisió és l'emissor de les notícies que ens trasllada. En canvi, la segona veu, la del locutor, respon a la persona que té la responsabilitat sobre el que s'ha dit o escrit. Si torno als exemples anteriors, sóc jo també el locutor del text que trasllado als estudiants. En canvi, el presentador d'un noticiari pot no ser el locutor del text que emet. I no ho serà si el redactor de la notícia que llegeix ha estat un altre company de la redacció. En aquest cas, el responsable de l'escrit, el locutor, serà un altre redactor diferent del presentador. Finalment, Ducrot descriu la veu de l'enunciador. I aquesta veu té una explicació més subtil que les anteriors. L'enunciador no té un referent físic, com succeïa amb les altres veus. L'enunciador és un punt de vista que el locutor incorpora al seu text però amb el qual no té per què estar d'acord. Si un polític, al Parlament, resumeix l'aportació d'un polític del Govern per després carregar contra ell, haurà mostrat dos enunciadors: el que sintetitzava l'opinió del Govern i el seu, que ataca aquesta opinió. I, és clar, només s'identifica amb la seva aportació crítica.

Aquesta distinció de Ducrot entre emissor, locutor i enunciador permet rastrejar la presència de l'autor d'un text on sembla que no n'hi ha. Aquestes operacions de rastreig són bàsicament dues: la que mostra un desdoblament de locutor (és a dir, hi ha dos locutors en lloc d'un) i la que manifesta un desdoblament d'enunciador (on es troben dos punts de vista diferents i enfrontats).

Un cas paradigmàtic del desdoblament de locutor és el de l'estil directe. A les classes de periodisme els professors insisteixen en el perill de l'estil indirecte si no s'usa adequadament. Amb un exemple es veurà de manera diàfana. No és el mateix escriure "El cap de l'oposició diu: «Els lladres del Govern ensorraran el país» " que "El cap de l'oposició diu que els lladres del Govern ensorraran el país". En el primer cas, qui insulta el Govern és el cap de l'oposició i en el segon, el periodista. Aquesta por de la conversió de l'estil directe en estil indirecte s'explica perquè l'estil directe respon a un desdoblament del locutor. En la frase de l'exemple anterior, l'emissor ha optat en el primer cas per l'estil directe. Si s'utilitza l'estil directe cal distingir la citació, marcada amb claredat per les cometes, del marc de la citació. La citació té un responsable diferent del marc de la citació. En aquest cas, el responsable del marc de la citació és el periodista, que dóna fe que el polític de l'oposició ha dit el que transcriu. I el responsable de la citació és el polític, no el periodista. Això rep el nom de *desdoblament de locutor*; en una mateixa oració hi ha dos responsables diferents, periodista i polític en aquest cas. És de tal importància aquesta assignació de responsabilitats que els auxiliars gràfics que marquen l'inici i el final de la citació són molt visibles, molt més que altres signes de puntuació que es poden confondre entre paraula i paraula. En aquest cas, no és possible la confusió, ja que responsabilitzar algú del que no ha dit pot tenir conseqüències civils. En canvi, en el cas de l'estil indirecte l'únic responsable del text és el periodista, per la qual cosa es veu obligat a modificar la frase tal com va sortir de la boca del polític per no incórrer ell en l'insult. I així pot escriure sense risc: "El cap de l'oposició diu que els membres del Govern són uns lladres que ensorraran el país".

De vegades l'ús que es fa d'aquest desdoblament de locutor és parcial. El just per a separar responsabilitats. Seria el cas del titular de la secció d'Economia d'*El País* en el qual s'informa de la decisió del president del Banc Central Europeu, Jean-Claude Trichet, de mantenir els tipus d'interès de la zona euro: "Trichet dice que reducir los tipos sería «una locura política[1]»" ". Com es veu només s'ha marcat entre cometes la part de la frase que mostra clarament una opinió i que convé distingir de la responsabilitat del periodista.

(1) *El País*, 16 de febrer de 2008, pàg. 26.

Aquest desdoblament de locutor resulta especialment útil si es vol traslladar una opinió i que sembli que no la formula directament l'autor del text. Si resulta que el que vull comunicar és un sentiment pragmàtic de l'amor, puc utilitzar Stevenson de cuirassa. "Resuenan todavía unas palabras de Robert Louis Stevenson aunque hace años que las leí: Francamente: «si sólo se casaran los que están de verdad enamorados, demasiada gente moriría soltera»". A favor de qui juga Stevenson? A favor de qui el citi. I encara que el responsable de la sentència és Stevenson, qui l'ha usat sóc jo i respon als meus interessos. Així, trasllado la meva opinió disfressat de Stevenson.

Encara més subtils són els casos en els quals es desdobla l'enunciador. En aquests casos, en la mateixa oració un únic locutor, l'autor del text, mostra dos punts de vista diferents i només s'identifica amb un. Per què llavors utilitza l'altre punt de vista? Per a amagar la seva opinió. En els paràgrafs següents es tractaran diferents casos, cada vegada amb un grau de complexitat més gran.

Comento moltes vegades que la veritat que algú explica va sempre darrere de la conjunció *però*. Aquest és el primer cas de desdoblament d'enunciador, l'usat en les oracions adversatives. En una oració adversativa ens trobem amb un doble punt de vista: el que es mostra abans del *però* i el que es mostra després. Imagini's que fa uns dies va conèixer una persona que el va atreure des del primer moment. Vostè voldria tornar-la a veure i li truca per telèfon. Després d'una breu conversa, vostè li fa la pregunta: "Voldries que ens veiéssim aquesta tarda?". La resposta va així: "És una gran idea (Bé!, pensa vostè), però... (l'aviso ja en aquest punt que no sortirà aquesta tarda amb la persona que li agradava) tinc uns encàrrecs per fer". No surt. La veritat del que es pensa sempre se situa després del *però*. El que mantenim abans del *però* funciona com una cortina de fum que ens permet ser més cortesos, més educats, menys directes, menys previsibles.

Un altre cas. Diari *La Vanguardia* del dissabte 16 de febrer de 2008. Reprodueixo el titular amb què el diari obria la secció d'esports: "Rijkaard promete lucha en Zaragoza PERO admite que el Barça no progresa". Com li anava al Barça, bé o malament? Malament, és clar. El Barça no progressava i seguia lluny del líder de la Lliga, el Reial Madrid. Com cal analitzar aquesta construcció si es tracta d'un desdoblament d'enunciador? La conjunció *però* distingeix dos enunciadors: el que el precedeix, que anomenarem *E1*, i el que el succeeix, que anomenarem *E2*. "Rijkaard promete lucha en Zaragoza" (E1) és una distracció perquè l'enunciador amb què el periodista s'identifica és "[Rijkaard] admite que el Barça no progresa" (E2). En el cas de les oracions adversatives, el locutor sempre s'identifica amb E2, l'enunciador que hi ha després del *però*. La mateixa roda de premsa que va donar l'entrenador del FC Barcelona s'hauria pogut traslladar al públic amb un sentiment més positiu. Només calia canviar de posició E1 i E2. Fixi's: "Rijkaard admite que el Barça no progresa PERO promete lucha en Zaragoza". Què pensa vostè ara? Va bé o va malament l'equip? Pensa que les coses no són fàcils però que es poden remuntar. El sentiment que queda és positiu, mentre que en el titular original el locutor (el responsable de fer aquesta frase) havia fet arribar el sentiment que no hi ha res a fer: el Barça no progressa.

El desdoblament d'enunciador explica moltes decisions tàctiques dels textos. Un altre desdoblament d'enunciador es produeix quan s'utilitzen cometes per a connotar paraules. En aquest cas, tanmateix, el desdoblament d'enunciador és més complex, ja que el segon enunciador (l'E2 amb què està d'acord el locutor) no és present en el text i cal imaginar-lo. El mateix dia 16 de febrer de 2008 el diari *El País* reproduïa a la portada el titular següent: "Detenidos los dos etarras huidos del «comando» que atentó en la T-4". Per què la paraula *co-*

mando va entre cometes? Les cometes donen a entendre un segon enunciador (E2) segons el qual el que el diari anomena *comando* (E1) no és exactament un comando. Què és un comando? Un grup de militars en acció bèl·lica. Són uns terroristes un comando? Doncs, no, segons el diari *El País*. Aquest és l'ús d'aquestes cometes: dir al públic que, encara que usen aquesta apel·lació perquè és la que comunament s'utilitza amb els grups de terroristes (E1), el diari opina que no són realment un comando, ja que no hi ha cap guerra, sinó una banda de delinqüents (E2). És a dir, el segon enunciador (E2) diu el contrari del que manifesta el primer enunciador (E1). I el locutor s'identifica amb el segon enunciador (E2).

Les paraules quantificadores també posen en marxa el mecanisme del desdoblament d'enunciador. Segons quina sigui la paraula quantificadora que aparegui en el primer enunciador (E1) es crea un segon enunciador en la ment del lector (E2) que predisposa a tenir una opinió o una altra. En aquest cas, com en l'anterior, el segon enunciador no està descrit en l'oració, sinó que queda induït en funció del quantificador utilitzat. Per exemple, el diari *La Vanguardia* obre la portada amb una tipografia de cos molt gran amb el titular següent: "El sondeo oficial deja al PP a SÓLO 1,5 puntos del PSOE". Creu vostè que el PSOE avantatja al PP de molt o de poc després de llegir el titular? De poc. I si modifico el titular?: "El sondeo oficial deja al PP a MÁS de 1,5 puntos del PSOE". Pensa ara que el PP és a prop o lluny del PSOE? Lluny, és clar. Només canviant el quantificador en el primer enunciador (E1) generem un segon enunciador en la ment del lector (E2) que l'inclina a pensar en una direcció o en una altra.

La teoria de la polifonia resulta molt fructífera per a analitzar enunciats que, d'una altra manera, podrien amagar l'opinió del seu autor. La paròdia, analitzada amb precisió i talent pel lingüista Gérard Genette, també descriu un desdoblament d'enunciador. En el cas de qualsevol paròdia, tant si es tracta com afirmava Genette de paròdies mínimes (prendre un text conegut per a donar-hi un nou significat canviant el context), com de transformacions amb propòsit degradant (traslladar un enunciat noble en registre burlesc), com de caricatures (imitar un estil exagerant-lo, sobrecarregant la paròdia), es pot aplicar la distinció entre el primer enunciador i el segon enunciador. Aquí el text proporcionat es comporta com un segon enunciador (E2), ja que obliga a comparar-lo amb la persona o situació originals que motiven la paròdia (primer enunciador, E1). El resultat és que E2 fa gràcia perquè, després de la comparació, comprovem que es tracta d'una deformació de l'original. No obstant això, la paròdia proporciona pistes perquè la comparació es produeixi. És a dir, en la paròdia les exageracions fan de catalitzadors de la comparació i guien el lector cap a la comprensió correcta del text.

L'últim cas que proposo analitzar amb el sistema del desdoblament de l'enunciador és el de la ironia. Que difícil és aconseguir fer ironia i que s'entengui! Per què? En la ironia, a diferència de la paròdia, res en el text de què es proveeix el públic no fa sospitar que es vulgui dir el contrari del que es diu. L'enunciador que es facilita al lector no té exageracions evidents, ni pro-

porciona pistes de voler dir una altra cosa. Una frase com "Fa un dia magnífic per passejar en màniga curta" no permet endevinar cap distorsió de la realitat. Només si el lector comparteix el mateix context que l'autor del text (les temperatures són més fredes del que és habitual per l'època) podrà comprovar que hi ha un altre enunciador diferent del proposat en el text. L'operació de la ironia és la següent: l'autor proporciona una frase que conté un primer enunciador (E1) segons el qual fa bon temps per a anar lleuger de roba. Però gràcies al context compartit entre autor i lector (de baixes temperatures), el lector sap que l'autor realment apunta a un segon enunciador (E2) que diu el contrari que el primer i que indueix a pensar que el primer enunciador és fals i que proporciona un to distant i lleugerament còmic. Això és la ironia, dir el contrari del que es pensa perquè el lector, a través d'un context compartit, descobreixi les autèntiques raons, que sempre són antagòniques a les exposades.

Per aquesta raó és tan difícil la ironia, perquè l'autor i el lector han de compartir el mateix context perquè el lector pugui interpretar el contingut de manera contrària a com el formula l'autor. Un text llegit en una època diferent a la que es va escriure o traslladat a una geografia diferent és probable que perdi, abans que res, el seu to irònic. La ironia és fràgil i requereix molta complicitat entre qui escriu i qui llegeix. A més, la ironia té un problema afegit: si algú no la capta, acaba entenent el contrari del que es volia comunicar. És, com es veu, un tipus de recurs que no admet mitges tintes.