

INFORME SOBRE LA QUALITAT LINGÜÍSTICA EN LA PUBLICITAT RADIOFÒNICA (octubre del 2022)

1. Introducció

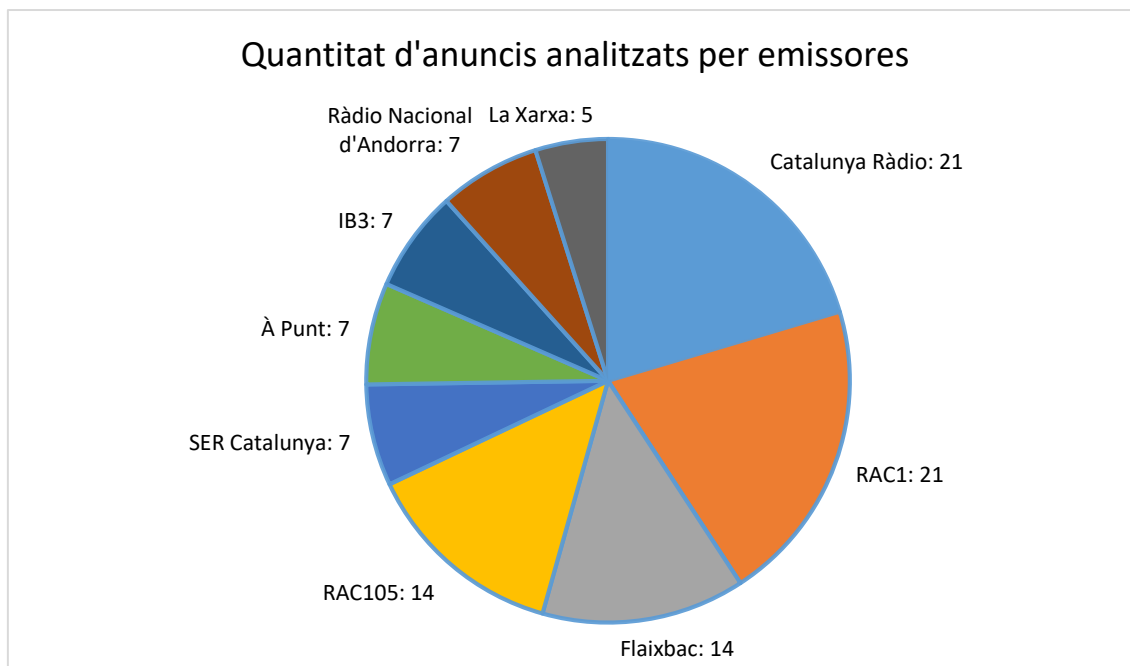
L'Observatori de la Qualitat Lingüística (OQL) ha dut a terme una campanya sectorial centrada en la publicitat radiofònica. La publicitat implica la repetició de les mateixes frases una vegada i una altra durant un període de temps més o menys llarg, i això pot tenir influència en la percepció dels usos lingüístics dels oients que, d'entrada, donen per bo allò que senten.

Les falques publicitàries constitueixen probablement el gènere comunicatiu més elaborat, tant per la minuciosa preparació prèvia de què són objecte com per la detallada selecció de tots els elements en el procés de realització i la importància dels recursos que s'hi inverteixen. Aquest alt grau d'elaboració fa més exigible que la qualitat lingüística sigui màxima.

La publicitat a la ràdio és un món complex, perquè hi comparteixen la responsabilitat de l'emissió l'anunciant, l'agència de publicitat i l'emissora, i per tant d'alguna manera comparteixen també la responsabilitat del llenguatge publicitari. L'anunciant aporta la falca, a vegades ja enregistrada, a vegades acordant-ne l'enregistrament amb l'emissora. La responsabilitat de les frases concretes de l'anunci li correspon plenament, si bé, sobretot en el cas de les falques enregistrades a la mateixa emissora, s'hi poden fer correccions. Així, en el procés d'elaboració de la falca hi pot participar la figura del lingüista; la seva intervenció pot ser que es limiti a la revisió del text, i, si cal, pot deixar-hi alguna nota de pronúncia perquè els locutors la tinguin en compte. Però també pot ser que assisteixi a l'enregistrament, i això depèn de l'agència o de l'emissora que ho faci.

Hi ha correccions que es poden aplicar directament, però també n'hi ha que s'han de negociar amb l'anunciant, especialment quan es tracta de canviar una paraula o una expressió. I encara més si cal tornar a enregistrar una falca que ja ha arribat a l'emissora «a punt d'emetre's». Quan diem negociar, volem dir que la qualitat hi pot sortir guanyant o perdent, és a dir, que l'anunciant pot acceptar els suggeriments de canvis o no, perquè s'estima més dir-ho a la seva manera, encara que no sigui la més adequada des del punt de vista lingüístic. Aleshores, l'emissora es pot plantejar si emet o no la falca. Però sovint guanya la raó econòmica per damunt de la raó lingüística. Per això la responsabilitat és compartida.

En aquesta campanya de l'OQL s'ha aplegat un corpus de 103 falques emeses durant el mes de març del 2022 —n'hi ha mostres de tots els dies i de totes les hores entre les 7 del matí i les 11 de la nit—, i se n'ha fet la transcripció i l'anàlisi lingüística. El gràfic següent mostra les ràdios de les quals s'ha fet el buidatge i el nombre d'anuncis que s'han extret de cada una:



Emissores públiques i privades

La representació de ràdios públiques i privades que han emès la publicitat analitzada és força equitativa. De les 9 emissores, 5 són públiques (CatRàdio, À Punt, IB3, RNA i La Xarxa) i se n'han extret 47 falques; les altres 4 són privades (RAC1, Flaixbac, RAC105 i SER Catalunya) i se n'han extret 56 falques.

Contrast entre Catalunya i els altres territoris

La quantitat d'anuncis en català emesos a les ràdios de Catalunya és força elevada: en general, n'hi ha per a triar i remenar i, de fet, se n'ha hagut de fer una selecció força restringida. A Ràdio Nacional d'Andorra la quantitat de falques no és tan abundant. À Punt, al País Valencià, i IB3, a les Illes Balears, emeten molt poca publicitat, i una tercera part és institucional (5 falques de 14).

A Catalunya, la publicitat també és escassa a La Xarxa. Però en aquest cas, cal tenir en compte que les emissions de La Xarxa són un servei que es dona al conjunt de ràdios locals del país, i que cadascuna d'aquestes ràdios complementa la publicitat en les seves emissions pròpies amb anunciants majoritàriament locals. En aquesta campanya no s'ha tingut en compte aquesta publicitat local.

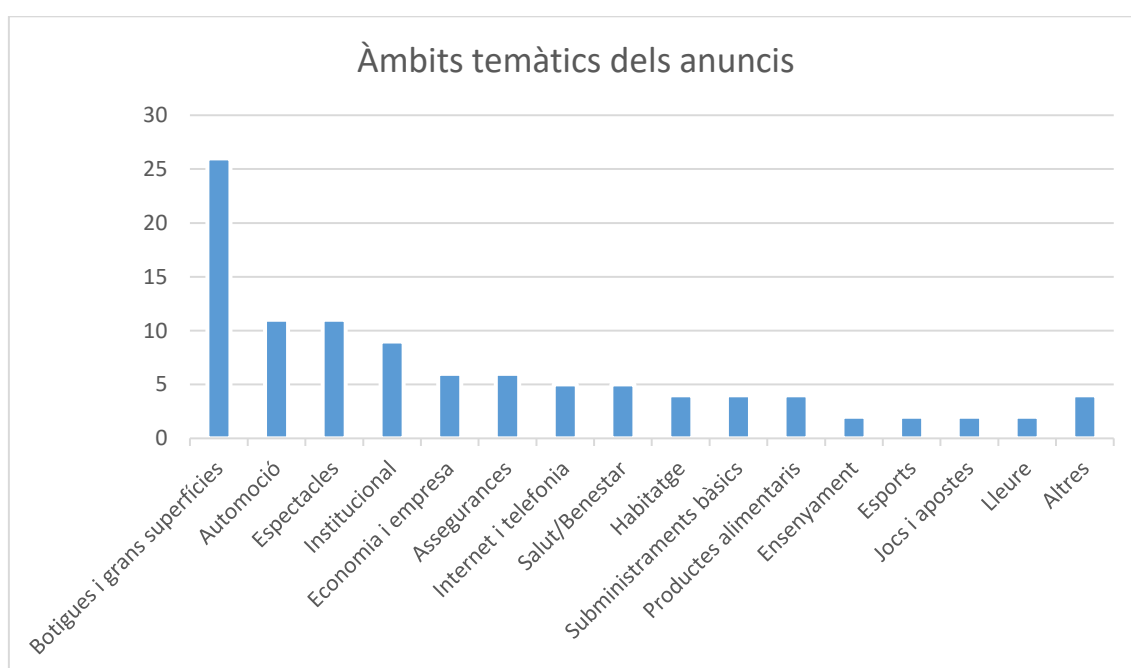
Anuncis i anunciants únics

A l'hora de preparar el corpus s'ha constatat que una mateixa falca pot repetir-se en diferents mitjans. No s'ha entrat a comprovar si aquestes falques repetides eren exactament iguals o bé si presentaven alguna diferència: simplement se n'ha seleccionat una i s'han descartat les repetides en altres ràdios.

En aquest sentit, totes les mostres són d'anunciants únics, amb tan sols dues excepcions: hi ha 2 falques d'El Corte Inglés (l'una a Catalunya Ràdio i l'altra a Flaixbac, en aquest cas conjuntament amb Hipercor) i 2 més de la Generalitat de Catalunya (l'una a SER Catalunya i l'altra a La Xarxa). En tots els casos, però, s'anuncien productes diferents. A l'[annex 1](#) es detallen tots els anunciants que s'han tingut en compte per a fer aquest informe.

Temàtica de la publicitat

Els anuncis analitzats pertanyen a àmbits força variats. Aquest gràfic mostra una possible classificació temàtica d'aquests àmbits.



En 2 de les falques hi ha dos anunciants diferents en cada una. En un cas es tracta d'Hipercor i El Corte Inglés: tots dos pertanyen al mateix grup i figuren dins de l'àmbit Botigues i grans superfícies. En l'altre cas, es tracta d'Ecoembes i la Generalitat Valenciana, i s'ha optat per classificar l'anunci com a Institucional.

Dins de la categoria Altres, els anunciants són 1 restaurant, 1 bufet d'advocats, 1 ONG i 1 producte alimentari per a animals (que no s'ha inclòs en la categoria de Productes alimentaris perquè aquesta fa referència a alimentació per als humans).

Presència del català als webs dels anunciants

Hi ha un sol anunciant (d'Andorra) que no té web. Dels altres 102, cal destacar que la major part, concretament 59, tenen el web en català.

Dit això, crida l'atenció la gran quantitat d'anunciants que inclouen el català en la publicitat però que, en canvi, l'exclouen del seu web: n'hi ha 39 (incloent-hi Ecoembes, Hipercor i comptant un sol cop El Corte Inglés) que no el tenen en català i 4 que l'hi tenen de manera testimonial i residual. D'aquests 43 anunciants, 22 es concentren en dos àmbits: Automoció i Botigues i grans superfícies.

Nota sobre les fonts citades

Les fonts citades no són totes del mateix nivell. L'OQL sempre atén en primer lloc la normativa de l'Institut d'Estudis Catalans: *Gramàtica de la llengua catalana* (GIEC), *Gramàtica essencial de la llengua catalana* (GEIEC), *Gramàtica bàsica i d'ús de la llengua catalana* (GBU), *Ortografia catalana* (OIEC) i *Diccionari de la llengua catalana* (DIEC). Però de tant en tant es troba un fenomen no descrit en les fonts normatives, i aleshores cal recórrer a altres obres del mateix Institut, com el *Diccionari descriptiu de la llengua catalana* o la *Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana*, a l'*Optimot*, servei de consultes amb la col·laboració de l'IEC, al *Cercaterm* del Termcat, Centre de terminologia consorciat per l'IEC, a publicacions d'altres institucions o editorials o als llibres d'estil dels mitjans de comunicació, que poden donar-ne raó, sense que això impliqui atribuir-los validesa normativa.

2. Anàlisi lingüística de les dades obtingudes

La publicitat radiofònica sol ser interpretada partint de la lectura d'un text escrit. Per tant, la correcció i l'adequació lingüístiques de cada anunci s'han d'avaluar tenint en compte tant el text com la locució. La major part de la publicitat analitzada es mou en el registre formal. Excepcionalment, en 3 falques apareixen personatges que adopten un registre informal. Si no es diu el contrari, les valoracions que es fan en aquest informe s'emmarquen en un context de formalitat.

És pertinent distingir entre **errors** i **inadequacions**. Els errors estan malament es mirin per on es mirin: són fenòmens que no són genuïns o gramaticals i que són inacceptables en qualsevol context. Les inadequacions, en canvi, presenten gradació: potser hi ha altres variants o pronúncies preferibles, però són fenòmens generalment genuïns i simplement és una qüestió d'adaptació al context. Dir *desenvolupar* amb *s* sorda és un error; dir *c[o]ranta* o *c[u]ranta* per *quaranta*, o dir *impressió* amb *s* sonora és una inadequació en un registre formal.

En qualsevol cas, tant els bons usos com els mals usos del producte final, els encerts i els errors, les adequacions i inadequacions, poden donar-se en dos nivells: **text** i **dicció**. Es troben locucions impecables amb algun error o desajust en el text i, al revés, textos ben treballats amb alguna mancança de dicció. I de vegades pot ser que no se sàpiga ben bé si un fenomen prové del text o de la locució: si en una falca de to formal sentim *l'instal·lació* (en comptes de *la instal·lació*), podria ser que vingués del text, perquè estava mal escrit, o bé podria haver-se introduït en la locució a causa d'una mala lectura. En aquests casos en què no queda clar, atribuïm l'error o la inadequació a la locució.

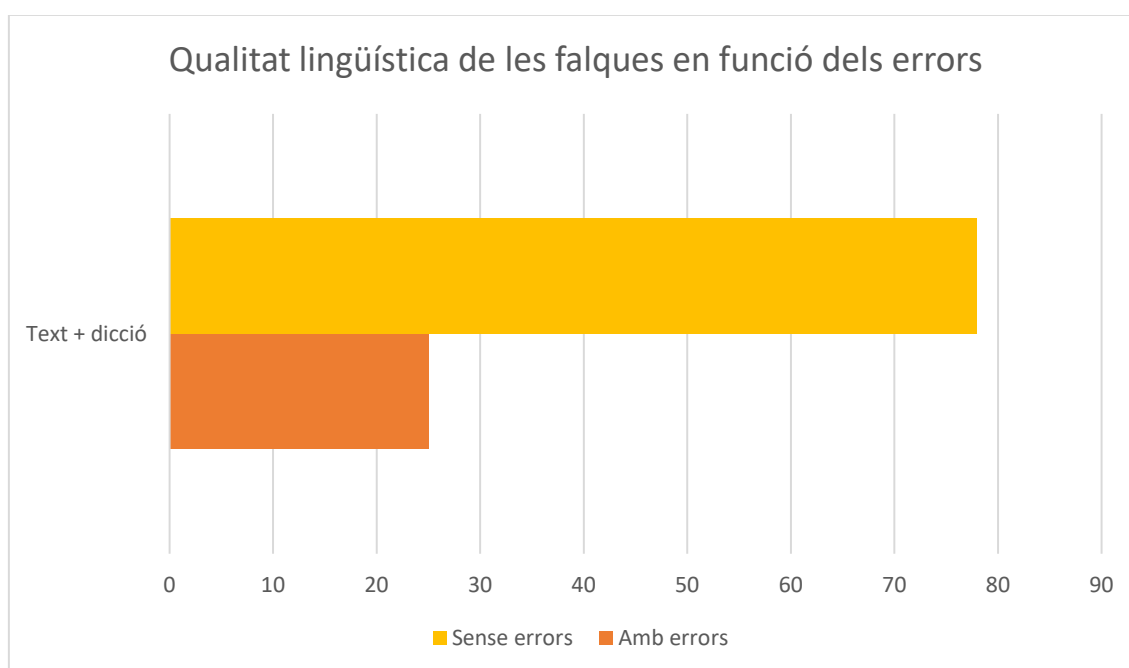
Les veus que se senten en el corpus analitzat estan repartides de manera força equitativa entre homes i dones. En 40 falques sonen veus únicament masculines; en 34 sonen veus únicament femenines, i en 29 sonen veus masculines i femenines.

Els accents dialectals es corresponen generalment amb l'àmbit geogràfic de difusió dels anuncis: a les emissores catalanes, en central (no s'hi senten accents occidentals), a À Punt en valencià i a IB3 en balear (amb l'excepció d'un anunci, en què sona una veu central). No compleixen aquesta pauta els anuncis de Ràdio Nacional d'Andorra: totes les veus que s'hi senten són del dialecte central. Una conseqüència d'això és que el nom d'Andorra no s'articula en cap cas amb *o* oberta, d'acord amb la pronúncia local, sinó amb *o* tancada (vg. el punt [23](#)).

En 1 falca emesa a Catalunya es dona la particularitat que hi apareixen veus de diferents accents: central, balear i valencià. En aquest cas, la diversitat dialectal forma part pròpiament del missatge de l'anunci: que tots els parlants, de tots els dialectes, poden col·laborar en el projecte Aina perquè les tecnologies digitals parlin català.

2.1. Qualitat lingüística del conjunt del corpus analitzat

En una primera valoració de les 103 falques en funció de la presència o absència d'errors, s'obtenen les dades següents, comptant conjuntament el text i la dicció:



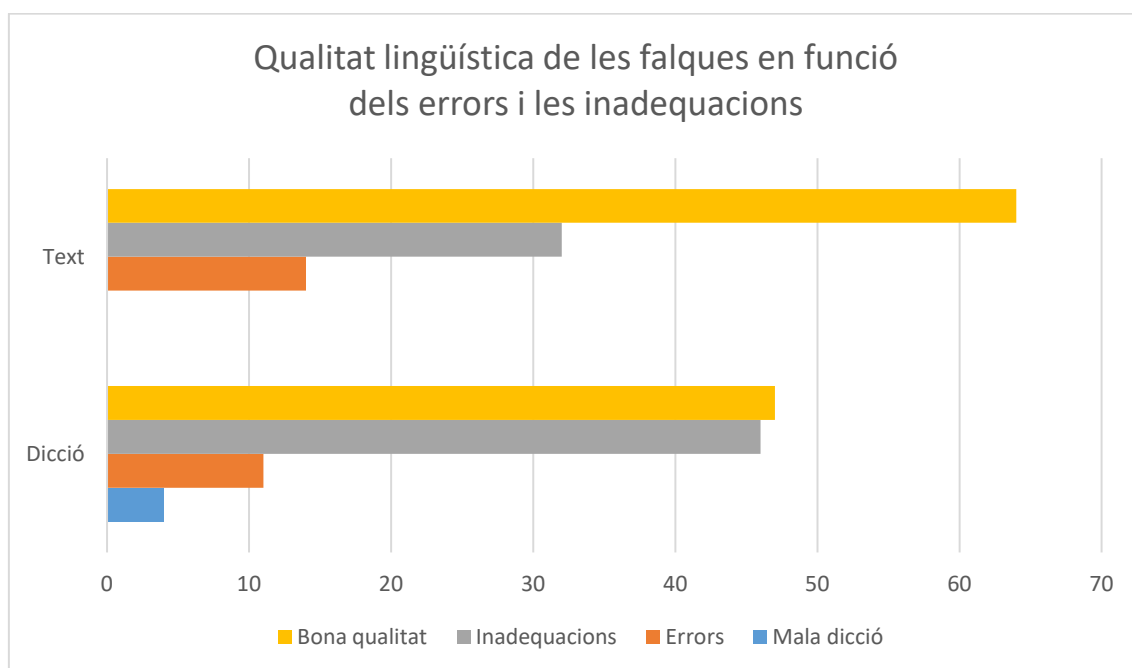
Gairebé 1 de cada 4 falques (25 en total) conté algun error. En canvi, n'hi ha 78 que no en presenten. Com s'ha dit, però, a banda dels errors també hi ha inadequacions i, alhora, és pertinent distingir entre text i dicció. Tenint en compte això, es constata una qualitat òptima tant de text com de locució en 28 falques; és a dir, hi ha 28 falques que no presenten errors ni inadequacions ni en el text ni en la dicció. Les inadequacions, que s'escolen amb més facilitat que no pas els errors, poden arribar a ser imperceptibles.

Una inadequació de dicció rarament ens porta a parlar de mala qualitat lingüística (QL): es tracta de fenòmens que tenen a veure sobretot amb qüestions de registre i que sovint passen desapercibuts, com ara la pronúncia sense diftong del número 40 (com si s'escriuís *coranta*) o

l'emmudiment de la *b* de la preposició *amb* quan la paraula següent comença amb vocal (com si s'escriu *am*: **am** els teus).

En canvi, una inadequació de text sol ser més perceptible i és més fàcil que ens porti a parlar d'una disminució de la QL: es tracta de fenòmens com l'abús del possessiu (vg. el punt [49](#)), l'ús de *per* en comptes de *per a* (vg. el punt [45](#)) i altres desajustos sintàctics menys freqüents.

Tenint en compte, doncs, errors i inadequacions, i distingint també entre text i dicció, arribem a aquestes altres dades, més detallades:



Quan parlem de mala dicció, ens referim a aquells locutors que tenen algun problema sistemàtic de pronúncia relacionat sobretot amb la manca de sonorització de les consonants sibilants (especialment de la *s*) o, d'entre les veus del central, amb la manca de neutralització de la *a* i la *e*. Sumant la mala dicció amb els errors puntuals detectats en la locució, s'observa algun aspecte de mala qualitat lingüística en 15 falques, xifra molt similar a les 14 en què es percep algun error textual. Únicament en 4 falques es troben alhora errors de text i de dicció.

El fet que la qualitat de la dicció sigui inferior respecte a la qualitat del text es deu sobretot a inadequacions. Majoritàriament, es tracta d'una sola inadequació per falca (25 falques) o bé de dues inadequacions per falca (15 falques).

2.2. Desglossament dels bons usos, les inadequacions i els mals usos

La qualitat lingüística de les falques es pot valorar a partir de fenòmens com els que s'enumeren a continuació. No presentem la informació en llistes separades segons els bons usos, els errors i les inadequacions, sinó que ho integrem tot en diferents punts. El que pretenem no és tant ressaltar els errors com valorar-los conjuntament amb els bons usos.

a) Fenòmens fonètics

- 1) La pronúncia dels locutors sol ser acurada: *ga[mm]a*, *e[ks]cuses*, *pla[d̪ʒ]a*, *emi[s]ions*, *tra[s]plantament*, *ciru[r]gia*, *t[ə]ronja* en central, etc. En general s'eviten pronunciacions informals (**qualsevol** i no pas *colsevol* o *quansevol*, **venut** i no pas *vengut*), però es detecten puntualment alguns relaxaments que no s'ajusten al registre formal de la falca (*su(b)ministrament*, *tam(b)é*, *igualta(t) de condicions*, *co(m)memorem*, *escri(p)tora*). Únicament en 1 falca (en mallorquí) hi ha un testimoni real que improvisa i, per tant, mostra trets propis de l'espontaneïtat: vacil·lacions, repeticions i fenòmens fonètics com ara la pronúncia de la *s* com si fos una *r*: [*sa llet*] *ér bona* (cf. [GIEC, 4.4.3.6](#)).

- 2) Fer una pronúncia acurada no és sinònim de llegir tal com s'escriu. Majoritàriament es fan els emmudiments que pertoquen entre paraules en contacte: **cinquant'** anys, **un'** àmplia xarxa, que **'s** pren o, en central, **vint-i-quatr'** hores, **vuitant'** euros, començar **'l** dia, si ja **'l** coneixes, no **'t** perdis, etc.

Altres vegades s'observa el manteniment de les dues vocals en contacte. En 2 falques en central, se sent *convertir els nostres* (dit [i.ə]), amb hiat, en contraposició amb l'elisió o el diftong que prescriu la [GIEC, 3.4c](#)), i *segona unitat* (dit [əw]), amb diftong, d'acord amb la [GIEC, 3.4i](#)). En 1 falca en balear, se sent *que has de complir* (dit, [ə.à]), en comptes d'emmurdrir la neutra, opció preferida per la [GIEC, 3.4f](#) quan la segona vocal porta un accent secundari de frase), i *ens ajudes a aconseguir* (dit [ə.ə]), amb dues neutres, contràriament al que indica la [GIEC, 3.4i](#) d'emmurdrir-ne una). En casos com aquests és fàcil de percebre-hi una locució massa pendent de l'escriptura.

- 3) La seqüència **-tll-** es troba únicament en dues paraules de 2 falques diferents: *bitllet* i *rotllo*. En el primer cas, es pronuncia amb geminació del fonema lateral palatal [ʎ] (representat pel dígraf *ll*) i, per tant, s'ajusta a la normativa (cf. [GIEC, 4.4.3.1](#)); en el segon cas, la pronúncia no s'hi ajusta perquè es fa sense la geminació. D'altra banda, la seqüència **-tm-** apareix en 6 anuncis en el mot *setmana*: en 5 es pronuncia de forma estàndard, és a dir, geminant la *m*; només en un es fa una pronúncia simplificada sense aquesta geminació. En cap cas, però, no es detecta la pronúncia forçada tal com s'escriu, és a dir marcant la *t*.
- 4) I encara en aquest marc d'influència de l'escriptura en la pronúncia, s'observa vacil·lació en la paraula ***arbre***: la trobem pronunciada sense la primera *r* en 1 falca i fent sonar aquesta *r* en una altra falca, totes dues en central. Igualment amb la paraula ***sorprendre***: en 1 falca en valencià es diu sense la segona *r* i en una altra en central fent sonar aquesta *r*. Segons l'[OIEC, 2.4.1](#), la pronúncia més general és emmudint-la, sense que això impliqui cap valoració negativa de la pronúncia amb *r*.
- 5) En fonètica sintàctica, pel que fa a les consonants, es troba en 8 falques el contacte d'una *s* final de mot amb una *r* inicial de mot. En 7 d'aquestes falques, aquest contacte es resol amb una simplificació adequada d'aquest contacte en què la *s* s'emmuixeix del tot o en part (*mé(s) ràpid*, *càpsule(s) respectuoses*, etc.), mentre que en 1 falca es

Per contra, es detecta un sol cas de sonorització del so de la *s* sorda: *velo[z]itat*. Es tracta d'una pronúncia pròpia de registres informals ja que la pronúncia que correspon a la *c* davant les lletres *e*, *i* és la de la *s* sorda: *velo[s]itat* (cf. [OIEC, 2.6.3.3.2b](#)).

- 12) En una línia semblant, es detecta en 3 falques la pronúncia sorda de la *xeix* en posició final de mot seguida d'una vocal (*aconsegue[ʃ] el catàleg*), quan la forma adequada, tal com recull la [GIEC, 4.4.1.2a](#), seria la sonorització amb el so [ʒ]. Aquesta sonorització sí que es troba en mitja dotzena de falques. En general, qui fa sorda la *s* sonora també sol ensordir la *xeix* en posició final en contacte amb una vocal, però es troba el cas peculiar d'un locutor que ensordeix la *essa* (*superoferte[s] a*) i, en canvi, fa sonora la *xeix* (*descobre[ʒ] el nostre estoc*).
- 13) En les 7 falques en valencià, només es detecta apitxament general en 1 (*les do[ts]e, diumen[tʃ]e, mu[s]icals*), i en 4 més s'observa l'ensordiment de la *s* sonora (sistemàtic en 1 falca i irregular en 3). La [GIEC, 4.2.3.2](#) indica que aquests fenòmens no pertanyen als registres formals. En 1 de les falques s'observa també la pronúncia del so [ʃ] com si fos una [s]: *cai[s]a* en comptes de *cai[ʃ]a*, *per ai[s]ò* en comptes de *per ai[ʃ]ò*, etc.
- 14) En el cas del dígraf *ix*, es detecta la pronúncia amb la *i* en parlars en què no hauria de sonar. Deixant de banda 4 anuncis en valencià, en què aquesta *i* sí que es pronuncia de manera adequada d'acord amb les característiques d'aquest parlar, el so de la *xeix* apareix en 50 anuncis més. En 4 d'aquests anuncis (1 emès a Andorra, un altre a les Balears i 2 més a Catalunya) es percep un forçament de la pronúncia de la *i* (*seixanta, peixateria, baixa, Caixabank*).[↓ ↓](#)
- 15) El grup **-tge** de mots com *muntatge* o *metges* es troba en 8 falques: en 6 es fa sonor i en 2 es fa sord (com si s'escrivís *-txe*). La pronúncia adequada als registres formals és la sonora (cf. [GIEC, 4.2.3.2](#)).
- 16) En 2 falques (1 en central, 1 en valencià) es detecta la pronúncia de *tots* com si fos *totx*. La [Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana, I, Fonètica, 1.2.2.3](#) declara no recomanables «diferents tipus de palatalitzacions», i en els exemples hi ha paraules amb el grup *ts* pronunciat *tx*, com *potxer, moltx, soldatx*. Les gramàtiques de l'IEC no han recollit aquest fenomen.
- 17) Malgrat que el relatiu *que* precedit de l'article masculí singular *el* es pronuncia amb neutra en 8 falques enregistrades amb veus orientals, en 2 falques en central es pronuncia inadequadament com si fos *què*: *tot el què necessites, ara el què es fa*. Sí que es detecta la pronúncia adequada amb neutra de l'exclamatiu *que* (2 falques): *que fàcil [...]!, veuràs que bé [...]!*
- 18) En les locucions amb veus del parlar central, la pronúncia de la vocal neutra sol ser adequada. Es detecten, però, alguns casos que mostren la vacil·lació descrita a la [GIEC, 3.3.1.2c](#), com ara la pronúncia del prefix *super-* (*sup[ə]rprofessionals* en 1 falca, i *sup[e]rprofertes* en una altra), la pronúncia amb *e* d'alguns mots en 2 falques (*làs[e]r, N[e]braska, L[e]tamendi*), la pronúncia de la paraula *òpera* amb dues vocals neutres, i la pronúncia amb dues neutres del prefix *tele-* en el mot **teletreball**: sovint el prefix

d'aquest mot es pronuncia amb dues es tancades en central, i la neutralització pot ser indicatiu que el grau d'arrelament del mot en la llengua és elevat.

La vocal neutra fins i tot s'estén a algun cas que no tocava: per enunciar la pàgina web d'una marca de cafès que conté el nom *cápsulas*, en castellà, aquestes *cápsulas* es pronuncien amb una neutra. Segurament el locutor es deixa endur per la inèrcia amb què ja ha dit dos cops la paraula *càpsules* a la mateixa falca. Vegeu també el punt [33](#) per a la pronúncia de l'article d'El Corte Inglés.

El mot *graellada* apareix en 2 falques, amb pronúncies diferents del grup *ae*: «neutra + e tancada» i «neutra + neutra». En un cas com aquest és habitual que es produeixi aquesta variació en la pronúncia.

Hi ha una sola falca en què un locutor de la varietat central no sap articular la vocal neutra i fa sistemàticament una *a*: *ofert[a]s*, *[a]ntrega*, *limitad[a]s*... Aquest mateix locutor és un dels que ensordeixen la *s* sonora (vg. el punt [11](#)). Puntualment, en 2 falques es detecten un parell de locutors que, tot i que majoritàriament fan les neutres, en alguna paraula determinada pronuncien una *a*: *l'[a]scrius*, *llengu[a]*. Tal com indica la [GIEC, 3.2.2](#), no és acceptable la tendència a generalitzar aquesta *a* en comptes de la neutra.

- 19) Pel que fa a la reducció de *o* en *u*, també es dona amb normalitat en les falques locutades amb veus del parlar central: *ec[u]sistema*, *t[u]talment*, *bibli[u]busos*. En 1 falca es pronuncia *f[u]t[u]voltaica*, si bé la pronúncia esperable hauria estat *f[o]t[u]voltaica*. La [GIEC, 3.3.1.2a](#) indica que la reducció vocàlica no afecta generalment el constituent esquerre d'un mot compost, malgrat que hi pot haver vacil·lació en certs compostos molt usats que deixen de ser percebuts com a tals, com ara *paraigua*, *entrepà*, *prepotent*. *Fotovoltaica* no sembla que es trobi encara en aquest nivell d'ús, i la reducció a [u] de la primera vocal s'ha d'atribuir a una ultracorrecció.
- 20) El so lateral palatal representat pel dígraf *ll* es troba en 67 anuncis, i en general es pronuncia amb el so que li correspon. Només en 3 d'aquests anuncis (2 en valencià i 1 en balear) es detecta la substitució generalitzada d'aquesta lateral palatal per la semivocal palatal [j] en casos com *[j]uita*, *[j]ibertat*, *[j]et* o *ma[j]orquí*. Com indica la [GIEC, 4.2.5](#), aquesta substitució no és acceptable. Tampoc no ho és la pronúncia com a aproximant palatal [ɲ] en la marca d'un anunciant que es percep en 1 anunci en central (vg. el punt [25](#)).
- 21) En 2 de les falques en balear, es fa servir el so [v], que és la pronúncia «obligatòria» segons el [Llibre d'estil per a la ràdio i la televisió de les Illes Balears](#), però no de manera sistemàtica. En 1, el locutor diu *no[v]a* i *[v]ine* però no pronuncia el mateix so en *de [β]uit* o *del [β]espre*; en l'altra, el locutor diu *go[v]ern*, *de[v]uit* i *co[v]id*, però no fa el mateix amb les seqüències *cita [β]acuna* i *tornar-te a [β]acunar*. Es tracta d'una incoherència que caldria evitar.
- 22) El demostratiu *aquest* es pronuncia elidint la *s* en posició final de frase (3 casos, en central) i quan va seguit d'una paraula amb consonant inicial, amb les assimilacions corresponents (11 casos en central i 1 en balear): *aque[t] sofà*, *aque[d] dimecres*,

aque[k] *compromís*. Es tracta d'una pronúncia genuïna i habitual, com també ho és la pronúncia amb la *s* quan la paraula que ve a continuació comença amb vocal (3 anuncis): *aque[s]t orgull* (balear), *aque[s]t estiu*, *aque[s]t any* (central) (cf. [Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana, II, Morfologia, 1.3](#)). En 2 anuncis en valencià es pronuncia amb la *s* però sense la *t*, que s'elideix pel fet de trobar-se entre dues consonants, en els sintagmes *aquest huit de març* i *aquest diumenge* (cf. [GIEC, 4.4.3.5b](#); sobre el caràcter consonàntic de la *u* de *huit*, cf. [GIEC, 2.5.1](#)). Per a la variació entre les formes *aquest* i *este* en els anuncis en valencià, vegeu el punt [32](#).

- 23) Es detecten uns quants topònims que sovint presenten problemes de pronúncia. Tots es pronuncien correctament, d'acord amb la pronúncia indicada al [Nomenclàtor oficial de toponímia major de Catalunya](#) (*Blan[a]s*, *M[u]nt-ras*) i al [DCVB](#) (*Tibidab[u]*). En 1 falca apareix *Sant B[ó]i [de Llobregat]*, que es diu d'acord amb la pronúncia local, és a dir, amb la *o* tancada. En canvi, en les falques emeses a Andorra, com ja s'ha comentat, justament el nom *Andorra* no es diu segons la pronúncia local, amb *o* oberta, sinó d'acord amb la pronúncia central, és a dir, amb *o* tancada, igualment acceptable perquè els locutors pertanyen a aquesta varietat: es detecta en 4 de les 7 falques emeses per Ràdio Nacional d'Andorra.[↑]

- 24) En algunes falques apareixen noms propis estrangers. Es pronuncien bé *Vol[ó]din* i *Claude Debussy*. En canvi, es troba una inadequació en la pronúncia del nom de l'orquestra tarragonina Franz Schubert Filharmonia, en què aquest últim mot es diu *Filharm[o]nia* i no pas *Filharm[u]nia*, com tocaria en central: el locutor es deu haver deixat endur per la inèrcia després de pronunciar el nom del romàntic vienès.

Pel que fa als títols de les obres, l'espectacle «L'amour toujours» es pronuncia amb una fonètica volgudament afrancesada. En canvi, l'òpera «Pelléas et Mélisande» apareix en 2 falques, però en cap de les 2 es pronuncia com tocaria: en una es pronuncia sorda la *s* final de *Pelléas*, perquè va seguida d'una pausa injustificada, i s'ensordeix la *s* de *Mélisande*; en l'altra, s'emmudeix la *s* final de *Pelléas* i no es fa, per tant, la «liaison». La pronúncia que tocaria és [peleázemelizánd³].

D'altra banda, el nom de l'espectacle «Luzia» del Cirque du Soleil també apareix en 2 falques amb dues pronúncies diferents: en un cas, [lúθja] (amb dues síl·labes, accent a la *u* i *z* castellana), i en un altre [ludzía] (amb tres síl·labes, accent a la *i* i so [dz]). Cap de les dues pronúncies, però —i això que en el primer cas l'anunciant és precisament el Cirque du Soleil—, no es correspon amb la que es troba en vídeos explicatius de l'espectacle a la pàgina web de l'anunciant, que és [lúzia] (amb tres síl·labes, accent a la *u* i so [z]).

- 25) En falques enregistrades amb veus del central, alguns noms de marques són pronunciats com en castellà, no se sap si per voluntat de l'anunciant o per inèrcia del locutor: és el cas de Motor Munich (*Motor* es diu a la castellana) i de Motor Vallès (en aquest cas, es diu en castellà tant *Motor* com *Vallés*). O el d'Eurofitness,[↑] en què no es fan les reduccions vocàliques esperades ni s'obre la primera *e*, sinó que es fa tancada, com en castellà. En algun cas, aquesta pronúncia castellana és molt marcada: a Galerías del Tresillo, la *ll* de *Tresillo* es pronuncia aproximant palatal sonora ([j]), talment com en andalus, quan el que seria esperable és el so lateral palatal sonor

([ʎ]).¹ En tots aquests casos caldria plantejar-se si no seria més idònia una pronúncia catalana.

Pel que fa a les sigles, s'observa la pronúncia adequada a la fonètica catalana d'aquests quatre noms: BMW, ITC Medical, FC Energia i Unicef. En canvi, l'acrònim ONCE és pronunciat en castellà en 1 falca. D'acord amb la [GIEC, 6.5.3.3a](#), l'acrònim és una sigla que «es llegeix habitualment com un mot». Només que cal llegir-lo en català i esquivar la interferència del mot homònim castellà.

En altres casos en què el nom de la marca és clarament castellà, com Porcelanosa o Catalana de Toldos, potser ja no té tant de sentit plantejar-se'n la pronúncia a la catalana. És més: en el cas de Catalana de Toldos, pronunciar-ho a la catalana seria contraproduent perquè podria fer la falsa sensació que *toldo* està ben dit en català.

En el cas de CaixaBank es constata una pronúncia inesperada, que no se sap si respon a una directriu interna de l'anunciant: tot i que la locutora pertany a la varietat central, pronuncia la *i* de *Caixa* com si fos parlant d'occidental o del Camp de Tarragona (vg. el punt [14](#)).

El nom Delicatessen Argentina s'esmenta dues vegades en la mateixa falca, i es detecta una contradicció en la pronúncia de *Delicatessen*: un cop amb les tres es tancades i un altre amb la primera *e* i l'última neutres però sense neutralitzar la *a* (*D[ə]llic[a]t[é]ss[a]n*), de manera que tampoc no es pot considerar una adaptació plena al català central. És un cas d'incoherència que s'hauria pogut esmenar.

Finalment, en 1 falca d'un supermercat en què s'esmenten diferents marques de menjars, es detecta també la mala pronúncia de la marca Ahuyentalobos: es diu com si fos Ayuntalobos.

- 26) Pel que fa a les sigles que no formen part d'un nom de marca, s'observa una bona pronúncia de **CO₂** (amb la lletra *c* dita en català) i de **BCN** (sense neutralitzar la vocal de la lletra *c*).
- 27) No es detecta cap desplaçament incorrecte de l'accent en formes verbals, de manera que paraules com *anuncia* (1 falca) i *canvia/canvien* (4 falques) es pronuncien bé, amb la *i* com a vocal tònica.
- 28) El pronom personal **jo** es troba en 1 falca (en central) i es pronuncia com si s'escrivís *io*, amb la semivocal [j]. L'adverbi **ja** apareix en 13 falques: en 11 d'aquestes falques (9 en central i 2 en balear) es pronuncia amb el so palatal ([ʝ]), mentre que només en 2 (en central) es pronuncia com si s'escrivís *ia*, amb la semivocal [j]. Tot i que les dues pronúncies són acceptables, la [GIEC, 2.5.2c](#) indica que la més general en el parlar central és amb la semivocal.
- 29) Amb alguns numerals es detecta una tendència a pronunciar-los d'una manera relaxada o informal. El número *quaranta* surt en 14 falques: en la meitat es pronuncia de manera estàndard, però en l'altra meitat es pronuncia sense la *a* del diftong *qua*, com si s'escrivís *coranta*. Aquesta pronúncia no és pròpia dels registres formals (cf. [GIEC, 2.5.2b](#)).

- 34) Dels 7 anuncis emesos per IB3, només en 1 es fa servir l'article salat, propi de la parla espontània tal com indica la [GIEC, 16.3.1.1b](#) (*sa llet, amb so caràcter*). Coincideix justament amb un testimoni real que improvisa el discurs, de manera que és un ús adequat a aquesta informalitat. Tot i que s'esperaria que la veu «institucional» de l'anunci, d'acord amb el [Llibre d'estil per a la ràdio i la televisió de les Illes Balears](#), emprés la forma general, també utilitza la variant salada. En els altres 6 anuncis es fa servir l'article general; en un d'aquests anuncis, però, el locutor sembla que en diu un de salat (*es terminis*), segurament de manera inconscient, perquè els altres el diu en la forma general. [↑](#)

L'article salat també apareix en un anunci emès a Catalunya en què se senten una varietat d'accents: és el cas ja esmentat de la falca del projecte Aina.

- 35) L'ús de l'imperatiu és present en un bon nombre de falques i, en general, és adequat: *vine a visitar-nos, fes-te la pregunta correcta, truca al...* [↓](#) En 1 falca, però, se'n fa un ús forçat: *Troba'ns a Badalona...* És forçat perquè semànticament el verb *trobar* implica una cerca prèvia i, per tant, és com si es manessin dues coses alhora: buscar i trobar. En futur, en canvi, no presenta cap problema: en una altra falca es diu *Ens trobaràs en clíniques veterinàries...*

- 36) En les falques en què hi ha una interpel·lació directa als oients, el tractament és de tu (i, puntualment, de vosaltres): *a prop teu, no t'ho perdís, trobareu tot el que necessiteu...* N'és excepció 1 sola falca, en què es fa servir el tractament de vostè: *truqui al...*

En les poques falques en què hi ha un diàleg entre personatges, el tractament entre ells també és de tu. En un cas, però, hi ha un tractament desigual en què el personatge A, que fa de venedor, tracta de vostè el personatge B, que fa de client, però aquest tracta de tu el personatge A. Segurament un excés de zel a l'hora de mostrar cortesia fa que aquest doble tractament es percebi amb una certa estranyesa.

- 37) Pràcticament en la meitat de les falques (50) s'esmenta un web. Només en 2 d'aquests anuncis s'expliciten les *www*, i s'hi observa vacil·lació: en un es diu *tres ves dobles punt* i en un altre *tres vedobles* (sense *punt*). Tot i que la manera canònica de fer el plural és *ves dobles*, tal com es desprèn de la [GIEC, 6.5.4a](#), la variant *vedobles* no es fa estranya i és un indicador que la locució nominal ha pres un grau de lexicalització elevat perquè es percep com una unitat.

c) Fenòmens sintàctics

- 38) L'adverbi *ja* sol aparèixer davant del verb (10 falques): *ja no cal que...; ja ho tenim; si ja el coneixes*. També se'n troba algun ús darrere el verb en imperatiu amb valor d'urgència (2 falques, emeses a RAC1 i Catalunya Ràdio): *fes-ho ja; demana ja la teva cita*. Les gramàtiques de l'IEC no tenen en compte aquest ús posposat al verb. Per la seva banda, l'[ésAdir](#) el considera abusiu i aconsella que no s'oblidin alternatives com *ara, ara mateix o de seguida*.

- 39) S'observa en 1 falca l'ús de la construcció comparativa ***tal com*** (*tal com ho sents*), i en una altra ***tal i com*** (*tal i com ho fas*). Aquesta última està interferida pel castellà, en què sí que és possible intercalar-hi la conjunció copulativa. En català, però, com recull el [DIEC](#) i com indica la [fitxa 144/5 de l'Optimot](#), només és adequat *tal com*.
- 40) En 1 falca es fa servir adequadament la correlació *com més... més*: ***com més anys tinguis més gran serà el teu descompte***. És pertinent assenyalar un bon ús com aquest, ja que sovint aquesta correlació s'utilitza amb la forma *quant(s) més... més*, pròpia de la llengua antiga, que alguns autors contemporanis han usat en registre formal (cf. [GIEC, 28.5.4a](#)) i que actualment se sol percebre com a interferència del castellà.
- 41) En 1 falca apareix una construcció final amb *com per*: ***El repte és massa important com per no intentar-ho***. Segons la [GIEC, 29.3.5f](#), tot i que l'ús de *com* en aquest tipus de construccions és molt estès, no és propi dels registres formals. [↓](#)
- 42) S'observa en 1 falca una comparació amb una referència temporal abusiva, segurament calcada de l'anglès: ***Barcelona com mai abans l'has vista***. La paraula *abans* hi és redundant perquè l'adverbi *mai* i l'ús del perfet ja denoten anterioritat per si sols. La manera més natural d'expressar-ho seria *Barcelona com no l'has vista mai*.
- 43) En 5 falques es fa referència a una data que conté un any. En 1 d'aquestes falques l'any va precedit de l'article (*des del 1975*), en una altra va precedit del sintagma *l'any* (*des de l'any 2015*), i en les altres 3 es prescindeix de l'article: *des de 1958*, *entre 2006 i 2013*, *28 de febrer de 2023*. Totes tres opcions són igualment vàlides (cf. [GIEC, 16.3.1.3a](#)). [↑](#)
- 44) S'observa en un grapat de falques (poc més de mitja dotzena) una sintaxi empobrida per l'estalvi d'alguna paraula. Això deixa unes mostres de llenguatge esquemàtic, amb alguns sintagmes sense article (*a Ø botigues Vodafone*), sense preposició (*Som a Barcelona, al carrer Rocafort, 78, Ø Cornellà i a Sabadell*), sense contracció de preposició + article (*aniversari Ø club Valvi*) o elisió del verb (*apropa't a qualsevol de les nostres instal·lacions [...] o Ø a motormunich.com*). En aquest últim exemple, deixant de banda que no es fa un bon ús del verb *apropar-se* (vg. el punt [70](#)), el verb elidit hauria de ser un altre (*entrar*, per exemple) perquè es fa referència a un web.
- En algun cas de coordinació (*estalvia en les teves factures de la llum o gas*), si es volia fer un paral·lelisme entre els diferents elements coordinats, a banda d'afegir-hi un article (*les factures de la llum o el gas*), també es podria optar per suprimir-ne un altre (*les factures de llum o gas*). En aquest exemple, d'altra banda, segurament seria més pertinent la conjunció copulativa *i* que no pas la disjuntiva *o*: *factures de (la) llum i (el) gas*.
- 45) Es detecten 99 usos de les preposicions *per* i *per a*, repartits en 63 falques. En la major part dels casos es tracta d'usos de *per* totalment adequats, justificats per la noció que representen o la funció que fan: proporció (*vint per cent*), distribució (*planta un arbre per cada assistent*), motiu (*propòsits per millorar*), complement de règim (*treballar per la igualtat*), etc.

Amb valor de finalitat davant d'infinitiu, en les mostres amb locutors del parlar central s'observa l'ús de *per a* en 1 falca (*dissenyat **per a** no perdre cap oportunitat*) i l'ús de *per* en 6 (*la cirurgia làser **per** corregir la miopia*), opcions previstes, totes dues, a la [GIEC, 29.3.3](#). Davant de sintagma nominal o equivalent s'observa l'ús de *per a* en 3 falques (*l'assegurança que necessites **per a** cada ocasió*) i l'ús de *per* en 1 (*truca'ns **per** més informació*). En aquest últim cas, l'ús dialectal s'imposa a la norma.

L'ús dialectal del central també s'imposa a la norma en 6 falques en què s'usa la preposició *per* davant de sintagma nominal o equivalent amb valor de destinació (*energia cent per cent verda **per** tothom*); en 5 més, però, sí que se segueix la norma (*concert **per a** piano*), igual que en 3 falques en valencià (*esta obra [...] **per a** tots els públics*).[↑]

Per a l'estudi detallat de l'ús de les preposicions *per* i *per a*, vegeu l'[annex 2](#) al final del document.

- 46) Es detecta esporàdicament l'ús d'una preposició per una altra en 2 falques: *amb* en comptes de *per* (*tres-cents euros per bescanviar **amb** qualsevol accessori*); *a* en comptes de *per a* (*aprofita els millors descomptes **a** La Cubana*). En una altra falca es fa servir la preposició *a* en un cas en què «sovint s'usa *en*», tal com expressa la GIEC, [19.3.1.2e](#), ja que «la localització s'allunya d'un significat físic clar» (*cobreix les diferents estètiques del jazz **a** més d'una cinquantena de concerts*).
- 47) S'observa en 1 falca l'ús tradicional del pronom demostratiu *això* a començament de frase (***Això** és un anunci de...*) per comptes de la construcció més recent amb *aquest* (*Aquest és un anunci de...*).
- 48) En el llenguatge publicitari trobem molts casos d'anteposició de l'adjectiu respecte al nom. Sovint es tracta de construccions habituals, com ara *un bon esmorzar*, *la propera calçotada*, *la primera companyia d'assegurances*, *la nova col·lecció*, *l'únic cinema 4DX*, *el teu antic cotxe*, o construccions superlatives com *el millor preu*, *la millor selecció*, etc. Però en altres casos l'anteposició té una funció valorativa, com quan es parla de *start-ups d'alt creixement*, *d'alta eficiència tèrmica*, *d'una àmplia xarxa*, de *la commovedora cinquena simfonia*, i fins i tot del *vell portàtil*, si considerem que l'anteposició afegeix èmfasi a la construcció més habitual *el portàtil vell*. Al costat d'aquests casos, però, també es troba en una bona quantitat de falques l'estructura amb l'ordre neutre, és a dir, «nom + adjectiu»: *uns preus increïbles*, *una experiència inoblidable*, *el nostre oasi particular*, *l'aprovació prèvia*, etc. (cf. [GIEC, 15.3.2b](#)).
- 49) Almenys en 8 anuncis es detecta un abús dels possessius (cf. [GIEC, 16.5.3](#)). Tant en casos en què es podria fer servir un pronom (*conquerirà el teu cor* en comptes de *et conquerirà el cor*) com, sobretot, en casos en què se'n podria prescindir (*compra la teva entrada; estalvia en les teves factures; demana la teva cita*). En altres contextos, però, el possessiu sí que està ben utilitzat: *les entrades volen: compra la teva; el teu futur l'escrius tu; posem al teu servei 228 biblioteques*.^{↑ ↓}

Per contra, i també almenys en 8 anuncis, es prescindeix adequadament del possessiu, ja sigui amb pronom o sense: **et comprem el cotxe** (i no pas *el teu cotxe*); **Uf, l'esquena!** (i no pas *la meua esquena*), **estalvies diners en la pòlissa** (ja s'entén que és *la teua*).

S'observa també, en mitja dotzena d'anuncis, un ús del possessiu amb el valor de 'qualsevol', característic del llenguatge publicitari: **entra a la teua botiga Roca** ('a qualsevol botiga Roca'); **vine ara al teu magatzem Bricomart** ('a qualsevol magatzem Bricomart'). En altres falques, però, aquest possessiu s'evita: **compra en botigues o a bricodpot.es**; **ves a una botiga Vodafone**.

- 50) Es percep en 1 falca l'ús incorrecte de l'article ponderatiu *lo* ([GIEC, 16.3.1.5](#)): *Nosaltres sabem lo important que és per a tu i els teus...* Crida especialment l'atenció perquè el to de la falca és marcadament formal. ↓ Un parell d'alternatives per a evitar-lo serien canviar l'estructura per *Nosaltres sabem la importància que té per a tu i els teus...* o *Nosaltres sabem com n'és d'important per a tu i els teus...*

En canvi, en 2 falques més s'empra un altre sistema genuí per a expressar aquesta ponderació: **Que fàcil que és menjar bé!**; **veuràs que bé que et sents**.

- 51) En l'expressió dels relatius s'eviten els usos més formals: no es troba cap ús del relatiu *qual*, i només en 1 falca apareix el relatiu tònic precedit de preposició: *l'oferta [...] amb què estalviaràs*. També s'eviten, però, els usos informals: no es troba en cap falca la construcció «preposició + article + *que*», que és una interferència del castellà (cf. [GIEC, 27.4.2.3](#)), ni tampoc cap oració de relatiu col·loquial (cf. [GIEC, 27.7.1](#)).

El relatiu més utilitzat és *que* (30 falques): *una alarma que no és només una alarma*; *la cançó que m'agrada*; *compromesos amb el que fem*. En 11 falques s'usa el relatiu *on* (*un web on et pots informar*), en 8 el relatiu *quan* (*quan arriba el bon temps*) i en 3 el relatiu *com* (*compromesos amb [...] com ho fem*). Contra el que adverteix la [GIEC, 27.6.2](#), es troba en algunes falques un ús del relatiu *on* que no té un valor estrictament locatiu, sinó més aviat metafòric: *aquesta competició on podràs veure...*; *unes jornades on seleccionem...*

- 52) En el terreny dels pronoms febles és on es detecten alguns dels errors que afecten més negativament la QL. Sobretot per l'absència del pronom *en*, però també del pronom *hi*:

- a) En 3 falques s'omet incorrectament el pronom *en*: *...49 amb 90 euros, i de regal t'emportes 24 amb 95...* (en comptes de *te n'emportes*); *Informa't a [tal web]* (en comptes de *informa-te'n*); *si li dones el teu antic cotxe, doncs et pots emportar un de nou* (en comptes de *te'n pots emportar*). En una altra falca es recorre a una estructura molt forçada que s'hauria pogut resoldre amb més naturalitat amb el pronom *en*: *Vas comprar un cotxe entre 2006 i 2013? Pots recuperar entre el 10 i el 15% del que vas pagar per aquest*, en comptes de *del que en vas pagar* (sobre la pronominalització amb *en* d'un adjunt de sentit causal, cf. [GIEC, 18.6.3.3e](#)). ↓

En canvi, sí que és correcta l'omissió d'aquest pronom en un cas com *Compra ara les entrades* [d'un espectacle que s'acaba d'esmentar]. Tal com explica la [GIEC](#),

[18.6.3.2](#), es tracta d'un cas d'anàfora el·líptica, que també es troba en una altra falca, en què es reforça el complement amb un possessiu (*Compra la **teva** entrada*), prescindible pel context (vg. el punt [49](#)); ara bé, el pronom també podria ser-hi, com es veu en una altra falca (*compra'n les entrades*).

Queda estranya en 1 falca la coordinació de dos sintagmes verbals, l'un sense pronom i l'altre amb pronom (*consulta horaris i compra'n les entrades*): s'hauria hagut d'optar o bé per la presència o bé per l'absència del pronom en tots dos sintagmes.

Aquestes observacions no han de fer perdre de vista, però, que el pronom *en* es fa servir adequadament en la majoria de les falques analitzades: *informa-te'n* (3 falques), *consulta'n les condicions* (3 falques), *n'aparentes molts més* [d'anys]; *en sobren deu* [de segons]; *te n'endús un gratis* [de pneumàtic], etc. També s'utilitza en 1 falca com a eufemisme per a referir-se a les relacions sexuals: *Ja no en tens ganes?*

b) Pel que fa al pronom *hi*, també s'utilitza adequadament en moltes falques: *inscriu-t'hi*; *t'hi esperem*; *alguna de les activitats que s'hi organitzen* [en un museu]; *si algú hi entrés* [a casa teva], etc. Se'n detecta l'omissió en sol un cas: *sortiràs guanyant*, en comptes de *hi sortiràs guanyant* (cf. [Diccionari de sinònims de frases fetes](#)).

c) La resta de pronoms s'utilitzen amb normalitat: *ho has sentit bé*; *posa-te-la* [la vacuna]; *emporta-te'l* [un ordinador]; *algú que es pren un refresc*; *això se compleix i punt*; *portar-los aigua potable* [als infants que en necessiten], etc. En alguns casos, com es pot veure, les formes utilitzades pertanyen a registres diferents: el penúltim exemple s'ajusta a un registre informal propi de la llengua espontània de part del balear (formalment seria *es compleix*: cf. [GIEC, 8.3.2](#)), mentre que l'últim exemple és d'un registre formal.

53) Es fa servir en 1 falca el verb *reservar* amb valor absolut: *Reserva a penedesturisme.cat*. En una altra falca, en canvi, aquesta mateixa informació es transmet amb el sintagma *Fes la reserva a...* Les 2 opcions són igualment vàlides. Els verbs amb valor absolut es troben també en altres anuncis: *lloga al millor preu*; *recorda: si vols un Ford...*; *dona ara a Unicef*, etc. Sobre els usos absoluts, vegeu [GIEC, 21.2.2f](#).

54) Sobre els règims verbals, es troben majoritàriament bons usos: *pensa en...*, *recorda't també de...*, *si et passes a Parlem* (cf. [DIEC, passar, acc. 14](#)), *passa per Rodi*, etc. Observem, de passada, el bon ús no pronominal de *passar* en aquest últim exemple. Per contra, es detecta en 1 falca l'ús de la preposició *a* amb el verb *participar* allà on seria esperable la preposició *en*: *participar a alguna de les activitats*.

55) S'observa el bon ús dels verbs *fer* i *donar* en contextos en què de vegades hi ha confusió, sigui per interferència del castellà o per ultracorrecció: *fer un gran pas endavant*, *donar-te un cop de mà*. El verb *fer* s'utilitza també de manera general en casos com *fer la comanda* o *fer activitats*, en què sovint plana l'ombra del verb *realitzar*, del qual s'abusa per interferència del castellà.

- 56) Pel que fa als verbs *ser*, *estar* i *haver-hi*, majoritàriament es detecten bons usos. Amb *ser*: **siguis on siguis**, **és clar**, **[la llet] és bona**, **ja és a Barcelona**, **els artistes que seran al Share Festival**, **ets a temps de comprar**, etc. També s'observa el bon ús de *ser-hi* en 1 falca: **hi som per ajudar**. Amb *estar*: **està disponible**, **estan protegides**, **està en greu perill**, **estar al cent per cent**, **no tot està per fer**, **estareu de tornada a casa**, etc. Amb *haver-hi*: **sense feminisme no hi ha sindicalisme**, **hi ha una altra llum**, **hi ha tot el que val la pena protegir**, etc.

S'observa en 2 falques l'expressió **estem/estarem al teu costat**, en què l'ús del verb *estar* reforça la idea de permanència i de disponibilitat per a l'ajuda associada al nom *costat* (cf. [DIEC, costat, acc. 7.1](#)). En una altra falca apareix la variant **fent-vos costat**.

Com passa en el cas dels pronoms, un error relacionat amb aquests verbs pot cridar molt l'atenció i, per tant, afectar negativament la QL. En el corpus analitzat es troben 2 falques en central en què es fa servir erròniament el verb *estar*: en un cas en comptes de *ser* (*la tarifassa [...] està també a botigues [...]*) i en un altre cas en comptes d'*haver-hi* (*en el canvi està l'estalvi*).

- 57) En 1 falca hi ha una manca de concordança entre el substantiu masculí *escúter* i els adjectius i pronoms que hi fan referència: al començament la concordança es fa correctament en masculí (*l'escúter més mític; imagina-te'l*), però al final de la falca passa a ser en femení (*totalment equipada; vine a provar-la*); és possible que mentalment s'hagi passat d'*escúter* a *moto*, sense dir-ho, però no deixa de cridar l'atenció.

Es detecta també algun anacolut, és a dir, una construcció en què l'última part no lliga sintàcticament amb la primera: *hem fet un web on et pots informar sobre la neteja del teu barri, comunicar les incidències i resoldre tots els teus dubtes...* Els dos últims infinitius (*comunicar* i *resoldre*) continuen formant part de la perífrasi amb el verb *poder*, reflexiu, de manera que la seqüència que en quedaria és errònia: (*et pots comunicar les incidències i (et pots) resoldre tots els teus dubtes...* La manera més ràpida de corregir-ho seria passant el pronom reflexiu a *informar*: *un web on pots informar-te sobre [...], comunicar les incidències i resoldre...*

Feta aquesta explicació, cal dir que una incoherència d'aquestes característiques és difícil de percebre perquè és força habitual en llengua oral espontània i, si no és que és molt estrident, no perjudica el discurs.

S'observa també una concordança en femení que exclou un masculí previ: *El seu despatx i totes les coses que li importen estan protegides*. Aquest femení fa referència únicament a «les coses que li importen», però s'entén que també hauria d'englobar «el seu despatx» i que, per tant, s'hauria de dir «estan protegits».

Finalment, es detecta en 1 falca una pregunta-resposta que no encaixa sintàcticament: —Tot això què costa? —Ara per només 9 amb 90 euros al mes...

- 58) Pel que fa a l'expressió de gènere, en 16 anuncis s'utilitza el masculí genèric, (majoritàriament en plural, però en algun cas també en singular): **autònoms**; **entre tots**; **els emprenedors del futur**; **pagesos de tota la vida**; **el propietari**; **si ets creatiu...**

Únicament en 1 falca es troba un desdoblament puntual: *la vida de milions de **nens i nenes***. En aquest mateix anunci, però, es fa servir també el masculí genèric: *estem treballant [...] per protegir-los*. Més enllà d'aquest cas, no es troben les construccions llargues i repetitives, tan habituals en altres àmbits, que enfarfeguen el discurs. I és que en publicitat es disposa de poc temps (les falques duren entre 10 i 30 segons) i no hi ha gaire marge per desdoblar de manera indiscriminada.

També en 1 sola falca s'usa el femení plural, però s'entén que sense pretensió de ser genèric, perquè el missatge de l'anunci és la lluita contra la discriminació envers les dones en una cadena de gimnasos: *estem **preparades** per començar*.

- 59) En una cinquantena de falques es fa servir la primera persona del plural per fer referència a l'anunciant (*et **podem** ajudar, truca'**ns**, la **nostra** xarcuteria*), mentre que en una dotzena es fa servir la tercera persona (*entra a la **seva** web, **obren** nova botiga, s'**adapten** al teu horari*). En canvi, en una quarantena de falques s'opta per donar la informació sense fer servir ni la primera persona ni la tercera. No deixa de ser una tria estilística.

Quan es barregen diferents persones, però, el resultat pot cridar l'atenció. Això passa en 1 falca: *et **vol** ajudar*, en tercera persona, es combina amb *t'**ajudarem***, en primera persona. A més, en una altra falca es barreja l'ús de la tercera persona amb el verb *venir* (*obren nova botiga → **vine** a la nova botiga*), quan el que seria esperable és o bé fer el canvi a la primera persona (***obrim** nova botiga*) i mantenir el verb *venir* o bé mantenir la tercera persona i canviar el verb (***entra a / passa per** la nova botiga*).

- 60) L'expressió dels preus és un fenomen força habitual en publicitat. Ho trobem en una vintena de falques. En 10 d'aquestes falques el preu inclou els cèntims, i en aquest cas es fa amb fórmules variables seguint una d'aquestes cinc estructures:

- Amb la paraula *euros* intercalada i la preposició *amb*: **8 euros amb 79** (3 anuncis)
- Sense la paraula *euros* però amb la preposició *amb*: **39 amb 95** (3 anuncis)
- Amb la paraula *euros* posposada i la preposició *amb*: **19 amb 90 euros** (2 anuncis)
- Sense la paraula *euros* ni la preposició *amb*: **2 79** (1 anunci)
- Amb la paraula *euros* al final i sense la preposició *amb*: **39 95 euros** (1 anunci)

D'entre aquestes variables, n'hi ha que estan més esteses que d'altres a la llengua general, però l'última es fa especialment estranya.

d) Fenòmens lèxics

- 61) S'observa un ús adequat del verb *sentir* en 3 falques («tal com ho **sents**»), mentre que es detecta l'ús erroni del verb *escoltar* en comptes de *sentir* en una altra («Sí, ho has **escoltat** bé»).
- 62) En diferents falques es fa una tria de paraules i expressions col·loquials, com ara mots truncats (***bici, pel·lis***), diminutius (***terrasseta***), augmentatius (***tarifassa***), repeticions (***molt molt saludables***) o expressions com ***donar-ho tot*** ('donar el millor de si'). També

són col·loquials (cf. [GIEC, 11.6a](#)) els usos hiperbòlics del prefix *super-* detectats en 2 falques: ***superprofessionals***, ***superofertes***.

Tot i que aquesta tria no sol desentonar en el context formal de les falques, en algun cas resulta una mica estrident: en la representació d'una conversa, per exemple, queda en una mateixa intervenció l'expressió ***tallar el rotllo*** (de registre informal) i la variant ***somniar***, amb *n* (de registre més formal): *M'has tallat el rotllo! Somniava que...*

- 63) En 1 falca d'À Punt hi ha un joc de paraules creatiu que només funciona en valencià. Es va repetint la paraula ***llanda*** amb els dos valors que té en aquest parlar: 'de refresc' i 'd'una roda' (cf. [DCVB, acc. 5 i 7](#)). En la resta de parlars, per a fer referència al refresc es fa servir ***llauna***. Per tant, el recurs és plenament adequat per al mitjà que emet l'anunci.

En una altra falca, emesa en aquest cas a Catalunya, una botiga de bricolatge dona una idea per a fer un regal el dia del pare, i s'inventa el terme ***bricopare***: *Regala al teu bricopare un trepant...*

- 64) En algunes falques se senten paraules i expressions que són perfectament correctes però que de vegades eclipsen alternatives igualment vàlides que, en algun cas, estan caient en desús. Per exemple, s'observa l'ús de ***gratis*** (6 anuncis) i de ***gratuït*** (1 anunci), però no apareix en cap cas la locució *de franc*. L'ús de l'adverbi ***només*** (17 anuncis) supera amb escreix la locució ***tan sols*** (1 anunci) i arracona alternatives com *solament* o *únicament*.

En algun cas, es tracta d'expressions que s'han posat de moda: ***demanar cita*** apareix en 4 falques i, en canvi, no apareix en cap l'alternativa tradicional *demanar hora*, recomanada pel Termcat en un CRITERI publicat al [Cercaterm](#).

Per contra, en altres casos s'observa la coexistència de diferents formes per a expressar el mateix: es troba tant l'adjectiu ***darrer*** (2 falques) com ***últim*** (1 falca): *els darrers mesos*, *última oportunitat*; i també l'adjectiu ***proper*** (2 falques) al costat de ***pròxim*** (1 falca): *la propera calçotada*, *una pròxima compra*; o la preposició ***arreu*** (2 falques), que conviu amb el quantitatiu ***tot*** (1 falca) en l'expressió de lloc: *arreu de Catalunya*, *a tot Catalunya*. Observem, de passada, el bon ús invariable de *tot* davant de topònim. Per a l'ús de la sinonímia, vegeu també, més avall, l'[apartat e](#).

D'altra banda, l'adverbi ***pas***, que encaixaria bé en algunes construccions negatives d'un grapat d'anuncis enregistrats amb la varietat central, es detecta en 1 sola falca.

- 65) S'observa el bon ús de paraules que sovint queden suplantades per alguna interferència del castellà, com ***ensurt***, ***termini***, ***trepant***, ***finançar/finançament***, ***tastar***, ***Ucraïna***, ***tendal*** o ***amor*** com a vocatiu.

Sí que es percep, però, el mal ús de la paraula ***caixa*** en 1 falca: *Sortegem vuitanta-una caixes d'experiències «Fent país»*. En aquest cas s'hauria hagut de parlar de ***capses***.

També es detecta l'ús d'alguna forma no admesa per la normativa de l'IEC. És el cas de la interjecció ***clar*** (1 falca) i del verb ***disfrutar*** (1 falca). *Clar* ocupa el lloc de *és clar*,

S'observen dues grans estratègies a l'hora de començar les falques. En la primera es diu el nom de l'anunciant ja d'entrada i es comença a donar la informació que es vol transmetre: *A G de Guax ja tenim la nova col·lecció tardor-hivern; Billy Elliot anuncia la seva darrera funció; A Lidl et portem la millor selecció de fruita*, etc.

La segona estratègia consisteix a presentar una situació, que normalment és ideal, i seguidament es diu el nom de l'anunciant i el missatge que es vol transmetre, en consonància amb la situació: *Quan arriba el bon temps, la terrassa és el nostre oasi particular. A Catalana de Toldos us ajudem a cuidar-la; Volar en helicòpter és una sensació única. Amb Coptering, viu o regala una experiència inoblidable...* La situació inicial, però, també pot suposar una contrarietat, i aleshores el missatge de l'anunciant és per a oferir una solució: *—Sona la cançó que m'agrada i no puc estar quieta, però... uf, l'esquena! —Amb fisioreact.com tens la solució...*

Sovint, en aquesta segona estratègia, es comença la falca plantejant un interrogant: *Cerques producte fresc i del dia? A Agromart balear els trobaràs tots; Busques hipoteca o vols millorar la que tens? Entra a Idealista Hipoteques...* De vegades, aquest interrogant crea una falsa expectativa que després serveix per a subratllar el missatge de la falca: amb la pregunta *Saps què és el millor del mes de març?*, ens pot venir al cap que comença la primavera, per exemple, però en realitat el missatge que es transmet és que l'anunciant fa un descompte durant tot el mes.

En el desenvolupament de la falca, s'observen diferents recursos estilístics per a atreure l'atenció de l'oient, com ara les **repeticions**. Solen ser repeticions volgudes perquè el missatge quedi gravat en el receptor: *vol celebrar amb tu [...] Sí, sí: amb tu; si un pagès te diu que sa llet que fa és bona, sa llet que fa és bona.*

En 1 mateixa falca es pot parlar dos cops d'*entrega immediata*, o bé pot aparèixer la referència a *un cotxe de lloguer* i al *lloguer d'un cotxe*, al *nou catàleg* i al *catàleg de referència*; es pot arribar a sentir tres vegades la paraula *humitats* en la falca d'un anunciant que precisament les combat, o bé fins a cinc vegades el verb *estalviar* en un anunci institucional de bons turístics. També solen repetir-se en 1 mateixa falca els títols dels espectacles que s'anuncien i, en algun cas, també el número de telèfon.

De vegades, la repetició forma part de l'estratègia creativa. En una falca que anuncia el reciclatge es crea aquest bucle: *T'alces del sofà i agafes la bici. Pares per un refresc. Recicles la llanda al contenidor groc. I aquesta llanda es transforma en una llanda de la bici d'algú que es pren un refresc, recicla la llanda i aquesta llanda es transforma en una llanda de la bici d'algú que es pren un refresc...*

Però algun cop la repetició pot no ser volguda, sinó que és més aviat una badada: *amb l'ajuda de les nostres marques, t'ajudem a...*

Com a alternativa a la repetició de la mateixa paraula, es fa ús de la **sinonímia**, que també ajuda a recalcar el missatge: en 1 mateixa falca es pot parlar de *sobrevolar Barcelona* i de *Barcelona [...] des de l'aire*; o bé dels *estils que es portaran aquesta temporada* i al mateix temps fer referència a *anar a la moda*; en una altra es diu que *[la compra] te la portem a casa* i alhora es parla del servei *a domicili*, etc.[↑]

Tot i que el grau d'interpretació dels locutors varia segons la falca, i que en uns casos aquesta interpretació pot ser més reeixida que en d'altres, prosòdicament s'observa una entonació

adequada en el conjunt de les falques. La velocitat elocutiva s'ajusta al context d'allò que s'està anunciant i del que es vol transmetre: la locució d'una falca que anuncia una competició esportiva, per exemple, és més accelerada que no pas la d'una falca que anuncia una òpera al Liceu: la primera vol transmetre intensitat, mentre que la segona vol transmetre placidesa.

S'observen diferents estratègies per a remarcar la informació que es vol comunicar: es fan pauses marcades (*volem que aprofitis cada instant... al màxim*), s'emfatitza una paraula (*pagesos de tota la vida*) o bé es diu marcant-ne les síl·labes (*bo-ní-ssi-mes*), s'allarga un so (*els corredors més rrrràpids del món*); també es fan servir onomatopeies o interjeccions que reforcen les exclamacions (*uf!, vinga!*).

En 1 falca, però, es detecta una entonació que pot fer percebre erròniament el missatge: es parla d'una obra musical «dins del cicle “Escenes” de l'Auditori de Barcelona». La locutora ho expressa fent una pausa molt marcada entre *cicle* i *Escenes*, però sense cap pausa darrere el títol, de manera que pot induir a error perquè pot fer entendre que el cicle es titula «Escenes de l'Auditori de Barcelona».

Entre les **figures retòriques**, es troben **metàfores** (*recorda't [...] de posar el millor calçat al teu cotxe; de l'ensurt que tens et quedes mort*), **sinècdokes** (*els millors descomptes a La Cubana*), **personificacions** (*digues adeu a les ulleres*), alguna **anàfora** (*Estalvia't de canviar d'idioma. Estalvia't de parlar amb màquines llunyanes. Estalvia't sorpreses en la teva factura*), una combinació d'**anàfora** i **antítesi** (*Això és un anunci de burgers vegetals. I és clar, segur que t'esperes que et diguem que tenen ingredients naturals que són sostenibles i molt molt saludables. I ho són. Però potser el que no t'esperes és el que ningú s'espera d'unes burgers vegetals: que siguin bo-ní-ssi-mes! Així que no esperis i tasta-les*); un **paral·lelisme** (*No és igual ser una dona negra, blanca o llatina [...] Amb més o menys diners. Amb nacionalitat o migrant. [...] Si és prima o grossa, jove o vella, mare sola o en parella...*).

Abunden les **interrogacions retòriques**, que solen servir per a cridar l'atenció i sovint plantejar el tema de la falca. Des de les més genèriques: *Saps què és també una revolució? T'agrada la neu? T'agrada la velocitat?* Fins a les més concretes: *Vols registrar la jornada laboral? Ja tens organitzada la propera calçotada?* Passant per les que plantegen el programa del dia: *Et ve de gust començar el dia amb un bon esmorzar? Vols gaudir d'un dinar en un ambient agradable, al centre neuràlgic de l'avinguda Carlemany?* Des de les més provocadores: *Et costa mantenir l'erecció? Ja no en tens ganes?* O bé: *Tu et creus les promocions? Les que pugen al cap de tres mesos i de l'ensurt que tens et quedes mort?* A les més prosaiques: *A l'Empordà, vol comprar o vendre una masia o una casa? Necessites un cotxe de lloguer? Et vols vendre el cotxe?* I les que insinuen la resposta: *Dubtes entre un SUV o un compacte elèctric, per canviar-te el cotxe? Si els neumàtics es canvien de dos en dos, què et sembla si te n'endús un gratis?*

Unes quantes falques acaben amb un eslògan, que sol ressaltar alguna virtut de l'anunciant (*Toyota, liderant el canvi; Aigües de Barcelona, la gestió responsable*) o bé interpel·la l'oient perquè reflexioni sobre alguna qüestió (*AXA Andorra, la vida és per gaudir-la; Assistència Sanitària, la millor assistència de la teva vida*). Les falques que anuncien jocs i apostes acaben amb un missatge de responsabilitat.

3. Conclusions i consideracions finals

Com hem vist, la publicitat radiofònica en català té molts aspectes a considerar. En primer lloc, la quantitat: el nombre d'anuncis que s'emeten a Catalunya és força elevat: la major part de les ràdios analitzades tenen diferents blocs de publicitat cada hora. En canvi, a Ràdio Nacional d'Andorra la publicitat no és tan abundant, i a les emissores d'À Punt i d'IB3 és força escassa. Hi ha opinions diverses sobre la presència de la publicitat a les ones, sobretot pel que fa a les emissores públiques; però és innegable que la publicitat respon a l'expectativa d'una audiència considerable, i és un termòmetre de la penetració de la radiodifusió en català en la societat.

Els parlars que se senten en les falques solen correspondre's amb l'àmbit geogràfic de difusió dels anuncis, excepte en els emesos a Andorra, en què tots els accents són de la varietat central.

Al marge de la qualitat lingüística (QL) dels anuncis, que és el que interessa en aquest informe, crida l'atenció que, del corpus de 103 falques analitzades, gairebé la meitat dels anunciantes (43) que fan publicitat en català no tenen, en canvi, el web en català (o l'hi tenen de manera residual). Sembla un contrasentit oferir un reclam temporal en una llengua que després no figura en un aparador permanent com és un web.

Per a valorar la QL de la publicitat radiofònica s'ha de tenir en compte tant el text com la locució. També és pertinent distingir entre els errors, que sempre resten qualitat, i les inadequacions, que no sempre en resten i sovint només són perceptibles en una anàlisi profunda. Un simple error pot repercutir en la valoració negativa d'una falca; en canvi, això no sol passar amb una inadequació.

Gairebé una quarta part de les falques analitzades (25) contenen algun error, però cal posar en relleu que en el conjunt del corpus analitzat els bons usos predominen per sobre dels errors. De fet, poc més d'una quarta part de les falques (28) presenten una qualitat òptima tant de text com de locució, i en la resta s'hi detecten inadequacions.

Els errors són atribuïbles majoritàriament a la interferència del castellà, però no sempre és així; pel que fa a les inadequacions, n'hi ha que són més o menys sistemàtiques i d'altres que són més esparses. Les de dicció sovint passen desapercebudes; les de text són més perceptibles.

Els errors i les inadequacions del text es poden resoldre amb la intervenció d'un lingüista que revisi els textos abans d'enregistrar-los. Al mateix temps, el lingüista pot valorar si en el text hi ha alguna paraula o expressió que pugui generar dubtes de pronúncia al locutor i deixar-hi una anotació: per exemple, donant orientacions sobre la pronúncia dels noms propis, si cal. O, fent un pas més, el lingüista pot assistir a l'enregistrament.

Els errors (greus) de dicció són més complicats de solucionar si qui posa veu al text no sap articular algun so de la llengua (la *s* sonora, la vocal neutra, la lateral palatal representada pel dígraf *ll*). Són pocs els locutors amb aquestes mancances, però n'hi ha. Si és un error puntual d'un locutor que articula bé en general però, pel que sigui, se li escapa una pronúncia defectuosa, és possible adonar-se'n a temps per a poder-ho modificar abans d'emetre la falca. Si l'error és persistent, es pot recórrer a un logopeda o canviar de locutor.

Si una falca en la qual s'observen errors ha de sonar durant uns quants mesos, seria bo establir un protocol per a repetir-ne l'enregistrament amb les rectificacions oportunes. Alguna de les falques analitzades en aquest corpus continuava emetent-se mig any després amb els mateixos errors.

La variació, allà on és possible, aporta riquesa i, per tant, qualitat lingüística al conjunt del corpus analitzat: les diferències, segons els parlars, en les conjugacions verbals, en els numerals o en la pronúncia de l'adverbi *ja*; l'expressió dels anys amb article i sense, l'ús del lèxic propi i de la sinonímia, etc. També forma part de la variació el fet de recórrer a diferents registres: en el corpus analitzat es combina la formalitat mitjana amb pinzellades pròpies de registres més informals. Les mostres de registres molt formals, en canvi, són excepcionals.

Pot fer la sensació que aquest informe tan sols es fixa en detalls. No és així: l'apartat e) està dedicat a qüestions del discurs, tot i que les falques, d'una a una, ofereixen uns discursos ben breus. D'altra banda, és en els detalls on es manifesta la qualitat: a ningú se li acut presentar o emetre una falca amb un salt en la música de fons, amb distorsions, amb el soroll d'una moto que ha entrat des del carrer mentre s'enregistrava, o amb una tos o una veu rogallosa (llevat que ho demani el guió). Cal posar la mateixa atenció en els errors i les inadequacions en el camp lingüístic, perquè són detalls que tenen la mateixa importància des del punt de vista de la qualitat del producte.

De la consideració del corpus analitzat en conjunt se'n desprèn una valoració positiva. Però això no vol dir que no hi hagi aspectes a millorar: la presència d'errors en una quarta part de les falques analitzades i les encara més nombroses inadequacions que s'han anat desgranant en aquest informe haurien d'estimular els agents implicats —creatius, guionistes, locutors, lingüistes, agències, emissores— a fer un esforç de millora.

La publicitat és, sobretot, repetició. Repetició del mateix anunci una vegada i una altra, durant setmanes, durant mesos o, de vegades, durant anys. A l'oient li arriba tant el missatge com la forma amb què es transmet el missatge. En aquest sentit, si bé la responsabilitat sobre el contingut del missatge correspon a l'anunciant, la responsabilitat de controlar-ne la forma lingüística, és a dir, la qualitat lingüística, és compartida per l'anunciant, per l'equip publicitari i pel mitjà radiofònic que emet la falca. Una QL deficient dona una mala imatge tant de l'anunciant com del mitjà. Una bona QL potser passa desapercebuda, precisament perquè és el que s'espera dels mitjans; però és indicatiu de conscienciació i compromís amb el bon ús públic de la llengua.

BIBLIOGRAFIA

La gran majoria de les obres consultades per a fer aquest informe tenen versió en línia. Atès que aquest informe es publica a la xarxa, hem optat per donar-ne tan sols els enllaços, en tots els títols en què és possible.

Normativa de l'IEC

[*Gramàtica de la llengua catalana* \(GIEC\)](#)

[*Gramàtica essencial de la llengua catalana* \(GEIEC\)](#)

[*Gramàtica bàsica i d'ús de la llengua catalana* \(GBU\)](#)

[*Ortografia catalana* \(OIEC\)](#)

[*Diccionari de la llengua catalana* \(DIEC\)](#)

Altres obres de l'IEC

[*Diccionari descriptiu de la llengua catalana* \(DDL\)](#)

[*Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana, I*](#)

[*Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana, II*](#)

[*Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana, III*](#)

Serveis amb cooperació de l'IEC

[*Optimot*](#)

[*Cercaterm*](#) (Termcat)

[*Nomenclàtor oficial de toponímia major de Catalunya*](#)

Altres obres

[*Banc de dades dels observatoris de neologia* \(BOBNEO\)](#)

[*Diccionari Català Valencià Balear* \(DCVB\)](#)

Diccionari de locucions i de frases fetes. Joana Raspall i Juanola i Joan Martí i Castell. Barcelona: Edicions 62, 1996, 6a. ed.

[*Diccionari de sinònims de frases fetes*](#), M. Teresa Espinal, UAB

[*Diccionari normatiu valencià* \(DNV\)](#)

[*Gramàtica normativa valenciana* \(GNV\)](#)

[*Gran diccionari de la llengua catalana*](#) (Enciclopèdia Catalana)

Gran diccionari 62 de la llengua catalana (GD62). Barcelona: Edicions 62, 2000

[*ésAdir*](#) (CCMA)

[*Llibre d'estil de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació*](#)

[*Tot dret. Llibre d'estil per a la ràdio i la televisió de les Illes Balears*](#) (UIB - IB3)

Annex 1. Llista d'anunciants que s'han analitzat

Els anunciants que s'han tingut en compte per a fer aquest informe són els que s'indiquen a continuació. Hi afegim també la ràdio per la qual s'han emès les falques.

	Anunciant	Emissora
1	Consum	À Punt Ràdio
2	Teatre Escalante	
3	Caixa Popular	
4	Ecoembes i Generalitat Valenciana	
5	UGT	
6	Ajuntament de València	
7	Les Arts	
8	G de Guax	Ràdio Nacional d'Andorra
9	AXA Andorra	
10	Assegurances Santamaria i Cosan	
11	Carrefour Andorra 2000	
12	Centmobel	
13	Grandvalira	
14	Restaurant Beluga	
15	Agromart	IB3 Ràdio
16	Fincallorca	
17	Consell de Mallorca	
18	Murprotec	
19	Govern Illes Balears	
20	Agama	
21	Ajuntament de Palma	
22	FisioReact	Flaixbac
23	Jazztel	
24	Verti	
25	Hipercor i El Corte Inglés	
26	La Salle URL	
27	FC Energia	
28	Rodi	
29	ONCE	
30	Gran Via 2	
31	Share Festival	
32	Parlem	
33	Toyota	
34	ITC Medical	
35	RACC	
36	Loteries de Catalunya	RAC1
37	General Òptica	
38	Brico Dépôt	
39	La Sirena	

	Anunciant	Emissora
40	Roca	RAC1
41	Idealista	
42	Arriaga Asociados	
43	Covesa (Ford)	
44	Coptering	
45	Ajuntament de Barcelona	
46	Motor Munich (BMW)	
47	Clíniques The Test	
48	Assistència Sanitària Col·legial	
49	Nissan	
50	Porcelanosa	
51	Gosbi	
52	Palau de la Música Catalana	
53	Galerías del Tresillo	
54	Ocasión Plus	
55	Penedès Turisme	
56	Carlit	
57	Cirque du Soleil	Catalunya Ràdio
58	Liceu	
59	MediaMarkt	
60	Ikea	
61	RentalPlus	
62	Vender Mi Coche	
63	Bricomart	
64	MicroBank (CaixaBank)	
65	El Corte Inglés	
66	Finques GRN Samons	
67	Billy Elliot	
68	Schmidt	
69	Conforama	
70	Renault	
71	Lidl	
72	Caprabo	
73	Nuclio	
74	Ogilvy	
75	Cambra de Comerç	
76	Holaluz	
77	Fundació .cat	
78	Generalitat de Catalunya (Estalviatge)	SER Catalunya
79	Factor Energia	
80	Bon Preu i Esclat	
81	Cafès Tupinamba	
82	Aigües de Barcelona	
83	Honda	

	Anunciant	Emissora
84	Catalunya Plants	SER Catalunya
85	Securitas Direct	RAC105
86	Timenet	
87	Lowi (Vodafone)	
88	Eurofitness	
89	Opel	
90	Obrador Sorribas	
91	Movistar Prosegur Alarmas	
92	Entrades de Vanguardia	
93	Clínica Baviera	
94	EAE Business School	
95	Cap Roig Festival	
96	Delicatessen Argentina	
97	Catalana de Toldos	
98	Grup Valvi	
99	Diputació de Barcelona	La Xarxa
100	Generalitat de Catalunya (projecte Aina)	
101	L'Auditori	
102	Festival Jazz Terrassa	
103	Unicef	

[↑](#)

Annex 2. L'ús de les preposicions *per* i *per a* en el corpus de publicitat radiofònica

L'ús escrit de les preposicions *per* i *per a* sempre ha suscitat mots dubtes en els parlants orientals, que en el seu llenguatge oral espontani tan sols utilitzen la preposició *per*, mentre que en valencià, en tortosí i en els parlars més occidentals del nord-occidental les dues preposicions es diferencien clarament ([GIEC, 19.3.5.1](#)). Per això és interessant agrupar totes les falques en què s'utilitzen aquestes dues preposicions, per analitzar-les en conjunt. En la distribució d'aquestes dues preposicions hi intervé, d'una banda, com hem dit, el dialecte, i de l'altra el complement de la preposició, en què s'ha de distingir entre l'infinitiu i altres categories gramaticals, especialment el sintagma nominal o equivalent. En l'exposició que segueix tindrem en compte aquests factors.

Si no ens hem descomptat, en 63 de les 103 falques del corpus hi ha 99 casos d'ús de les preposicions *per* o *per a*. D'aquests, n'hi ha 56 en què és clar que la preposició adequada és *per*. Hi coincideixen els tres dialectes presents en el corpus: balear, central i valencià. Aquesta casos corresponen a les nocions de *bescanvi* (4), amb frases de l'estil de «usat **per** nou», «oferta de dos **per** u», etc.; *causalitat* (1), «hospitalitzacions **per** òmicron»; *distribució* (1), «que planta un arbre **per** cada assistent»; *valor espacial dinàmic* (1), «passa **per** Rodi»; *mitjà* (1), «**per** telèfon»; *pendent d'execució* (1), «no tot està **per** fer»; *proporció* (19), «vint **per** cent», «quilòmetres **per** hora»; *raó* (6), «**per** això hem fet un web», «**per** això els anunciants ens han escollit», *substitució* (1) «trucant **per** tu a la policia», i *preu* (13), «dues entrades **per** 170 euros», «**per** només cinc euros», etc.

Hi ha un cas curiós que, sota la noció de *preu*, utilitza bé la preposició *per*, però li falla la pronominalització i diu «pots recuperar entre el deu i el quinze per cent del que vas pagar **per aquest** [cotxe]», tot i que la frase genuïna seria «pots recuperar entre el deu i el quinze per cent del que en vas pagar» (vg. el punt [52a](#)). Afegim-hi els casos en què *per* introdueix un *complement de règim verbal* (6), «treballar **per**», on *treballar* és clarament sinònim de *lluitar*, *maldar*, *esforçar-se* ([GIEC, 19.3.5.2d](#)), i els que contenen *locucions adverbials* recollides al DIEC (2): «**per** excel·lència», «**per** fi». Total, 56. Només en 4 d'aquests la preposició *per* introdueix un infinitiu; en la majoria, introdueix un sintagma nominal, un quantitatiu, etc.

Les nocions recollides en els paràgrafs anteriors són fàcils de percebre; en canvi, la noció de *motiu* (15 casos) no ho és sempre. En alguns és molt clara: «un bon motiu **per** comprar», «T'alces del sofà i agafes la bici. Pares **per** un refresc», «pujar les escales fins al trenta-novè pis de la teva oficina **per** fer exercici», «propòsits **per** millorar», «**per** sentir-te a prop»; «posem al teu servei dues-centes vint-i-vuit biblioteques i deu bibliobusos **per** apropar-te la cultura i el coneixement»; «dona a [...] **per** portar-los aigua potable» (7). En d'altres depèn més de la interpretació: «estem preparades **per** començar. **Per** fer un gran pas endavant. Un pas **per** convertir els nostres clubs en espais sostenibles...», en què dos *per* depenen de *estar preparades*, que s'ha d'entendre com el resultat d'un esforç voluntari, i el tercer de *fer un pas*, que també és un acte voluntari; o bé «Dubtes entre un SUV o un compacte elèctric, **per** canviar-te el cotxe?», o «Vine a visitar-nos a [...] i trobaràs tot el que necessites **per** anar a la moda», o «tens la solució **per** donar-ho tot aquest cap de setmana», en què canviar-se un cotxe, anar a la moda o donar-ho tot el cap de setmana són els motius del dubte, la visita o la cerca de solució; o, encara, «una advocada que intentarà un original ardit **per** acollir-lo (un xiquet refugiat)», en què acollir el xiquet és el motiu d'intentar un ardit. Ajuda a interpretar-ho el fet que és una falca en valencià, que distingeix entre *per* i *per a*, i diu *per* (7). Ens en queda encara una: «hi som **per** ajudar», on *hi som* no indica una localització, sinó una actitud activa com la que trobem en

l'expressió *Som-hi!* ([GIEC, 22.3.2.1](#)). En 14 dels 15 casos, el complement de la preposició *per* és un infinitiu.

Hi ha 14 casos que responen a la noció de *destinació*, tots complementats amb sintagmes nominals o equivalents, en què la norma demana *per a* ([GIEC, 29.3.3](#)). D'aquests, els 3 en valencià la compleixen tots: «esta obra [...] **per a** tots els públics», «millor muntatge **per a** públic infantil, juvenil o familiar», «Interseccionalitat és feminisme **per a** totes». Dels 11 en català central n'hi ha 5 que apliquen la norma: «el catàleg de referència **per als** professionals», «el concert **per a** piano i orquestra número dos de Brahms», «graellada argentina **per a** sis persones», «aliments d'alta qualitat **per als** nostres gats i gossos», «l'alimentació conscient **per als** teus gats i gossos»; i 6 que no: «grans descomptes **per** casa teva», «i **pels** més menuts...», «el garden center **per** tota la família», «energia cent per cent verda **per** tothom», «espais on no hi hagi lloc **per** la discriminació», «vint-i-quatre amb noranta-cinc **per** una pròxima compra». En aquests 6 casos s'ha de considerar, doncs, que l'ús dialectal s'imposa sobre la norma.

Hi ha 11 casos que responen a la noció de *finalitat*. Tots en català central. D'aquests, 7 en què el complement de la preposició és un infinitiu, i 4 en què el complement és un sintagma nominal o equivalent. En tots aquests casos, la gramàtica prefereix l'ús de *per a*, si bé considera que davant d'infinitiu «és igualment acceptable en tots els registres» l'ús de *per* «d'acord amb els parlars que sols usen aquesta preposició» ([GIEC, 29.3.3](#)). Tan sols un cas dels 4 en què el complement de la preposició no és un infinitiu usa la preposició *per*: «Truca'ns **per** més informació». Els altres tres diuen *per a*: «Tenim l'assegurança que necessites **per a** cada ocasió», «més de cinquanta anys donen **per a** molt», «dissenyat **per a** tot el que et proposis». A la mateixa falca que aquest darrer cas hi ha una construcció paral·lela, amb infinitiu: «dissenyat **per a** no perdre cap oportunitat». I en queden 6 que mantenen *per* davant infinitiu: «un xec regal [...] **per** bescanviar amb qualsevol accessori», «I ens en sobren deu [segons] **per** dir que...», «descompte en allotjaments, experiències, activitats... **per** gaudir d'una escapada», «la cirurgia làser **per** corregir la miopia», «la vida és **per** gaudir-la». També hi ha en aquest grup una falca en què l'ús de *per* és discutible, pel canvi de subjecte entre l'oració principal i l'adjunt final: «A fisioreact.com sempre saben com ajudar-te **per** estar al cent per cent». La construcció més natural, en aquest cas, seria «ajudar-te a estar al cent per cent», o bé «ajudar-te perquè estiguis al cent per cent». En conjunt, doncs, d'aquests 11 casos tan sols un se salta la norma. Tots els altres s'hi poden acollir, sigui perquè usen *per a*, sigui perquè usen *per* davant infinitiu.

Dues falques usen *per a* per expressar la noció de *punt de vista*, *opinió*, en què la gramàtica admet que «hi ha també una certa tradició a emprar *per*, ús que es pot considerar igualment acceptable» ([GIEC, 19.3.5.4c](#)): «Si **per a** tu és important», «lo important que és **per a** tu». Aquesta darrera conté un ús ponderatiu de l'article *lo* (vg. el punt [50](#)) que rebaixa el registre, al costat d'un ús de *per a* que correspon al registre formal. No deixa de ser una contradicció. Finalment, una altra falca amb la idea d'importància, modificada per l'adverbi *massa*: «El repte és massa important com **per** no intentar-ho». En un registre formal hi sobra la conjunció *com* (vg. el punt [41](#)), però la construcció està bé: d'acord amb el parlar central, usa *per* davant infinitiu.

Resumint, dels 99 casos d'ús de les preposicions *per* o *per a*, en 71 trobem un ús de *per* plenament justificat per la noció que representa; en 28 la gramàtica prefereix *per a*, però considera igualment acceptable l'ús de *per* davant infinitiu. D'aquests, n'hi ha 20 de complementats amb un sintagma nominal o equivalent, dels quals 7 mantenen la preposició *per*. I dels 8 complementats amb un infinitiu, tan sols un usa la preposició *per a*. S'observa, doncs,

que, dels usos de *per* i *per a* en el parlar central amb valor de destinació o de finalitat, considerats tradicionalment problemàtics, 3 de cada 4 compleixen la norma mentre que en 1 de cada 3 l'ús dialectal, conscientment o inconscientment, s'imposa sobre la norma. [↑](#)