

Daniel Casals i Martorell (ed.)

Quan la llengua ven
Estudis de llenguatge publicitari català

Biblioteca Catalànica Germànica –
Beihefte zur Zeitschrift für Katalanistik

herausgegeben von · a cura de
Roger Friedlein · Johannes Kabatek · Hans-Ingo Radatz ·
Claus D. Pusch · Tilbert Dídac Stegmann · Gerhard Wild

Band · Volum 13

Daniel Casals i Martorell (ed.)

Quan la llengua ven
Estudis de llenguatge
publicitari català

Shaker Verlag · Aachen 2015

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

La Biblioteca d'Alemanya enregistra aquesta publicació en la Bibliografia Nacional Alemanya; les dades bibliogràfiques detallades es poden consultar a Internet a <<http://dnb.ddb.de>>.

Biblioteca Catalànica Germànica – Beihefte zur Zeitschrift für Katalanistik • 13

www.katalanistik.de/zfk

© Die Autorinnen und Autoren · Els autors i les autores.

Alle Rechte an dieser Ausgabe · Drets exclusius d'aquesta edició: Shaker Verlag, 2015

Aquesta publicació s'ha realitzat amb el suport de:



Universitat Autònoma de Barcelona
Departament de Filologia Catalana de la UAB



Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals



Televisió de Catalunya



Catalunya Ràdio



Grup de Recerca en Història de la Llengua Catalana de
l'Època Contemporània de la UAB XIX-XXI.cat



Grup de Recerca Publliradio de la UAB

Satz und Gestaltung: Daniel Casals i Martorell (Barcelona), Claus D. Pusch (Freiburg i. Br.)

Printed in Germany · Imprès a Alemanya

ISBN 978-3-8440-4076-0

ISSN 1614-7650

Shaker Verlag GmbH · Postfach 101818 · D-52018 Aachen

Telefon: 00 49 (0) 24 07 / 95 96-0 · Fax: (0) 24 07 / 95 96-9

Internet: www.shaker.de · E-mail: info@shaker.de

Índex

Joan A. Argenter: Pròleg	1
Daniel Casals i Martorell: Presentació	5
Pilar Prieto · Marta Payà · Maria del Mar Vanrell: Estils prosòdics en el llenguatge publicitari	9
Teresa Vallverdú Albornà: Algunes reflexions sobre la importància de la fonètica i la fonologia en la feina del locutor	27
Neus Faura: Teoria i pràctica de l'estàndard oral publicitari	35
Mar Massanell i Messalles: Geolèctes als anuncis. La participació dels dialectes geo- gràfics en la llengua estàndard de la publicitat	45
Marta Prats: Principals errors lingüístics en la publicitat	69
Daniel Casals i Martorell: Redactar per vendre. Estudi sintàctic dels enunciats publi- citaris audiovisuals	93
F. Xavier Fargas Valero: La innovació lèxica en la publicitat	121
Oriol Camps i Giralt: L'és <i>Adir</i> , una eina de consulta	127

Iola Ledesma:	
Que el llegir no ens faci perdre el parlar	139
Jaume Comas:	
Algunes utilitats per a la interpretació	147
Àngel Rodríguez Bravo:	
L'expressivitat oral publicitària	155
Ana González Tadeo:	
La naturalitat del discurs	173
Lídia Cópulo:	
Logopèdia i locució	179
Sílvia Planas Morales:	
La veu en imatges	189
Vicent A. Moreno Giménez:	
Un text teòric per a una experiència pràctica	201