

**L'ús del llenguatge
col·loquial en la
publicitat de la marca
de ratafia L'Hòstia**

Eva Florensa Villacampa

Tutor/a: Judit Feliu Cortes
Seminari 102: Llengües en entorns empresarials

Curs 2020-2021



**Universitat
Pompeu Fabra**
Barcelona

Facultat
de Traducció i Ciències
del Llenguatge

Resum

Els llenguatges publicitaris acostumen a tenir un grau de formalitat mitjà o alt. Per això, sobta que la marca L'Hòstia emprí un registre tan informal. En aquest treball s'analitza el llenguatge publicitari de la marca a partir de tres objectius. El primer és explicar les característiques principals del llenguatge publicitari i el col·loquial. El segon és analitzar la pàgina web i les xarxes socials de la marca per extreure'n els trets més característics. I el tercer és comprovar si hi ha diferències entre ambdós recursos. Per a dur a terme l'anàlisi, s'han creat dos corpus amb les dades extretes de la pàgina web i les xarxes socials, que s'han classificat en dinou etiquetes.

Els resultats mostren que el lèxic religiós, els manlleus i les referències a elements de la cultura catalana són els trets més característics del llenguatge emprat per la marca. A més, tot i que s'han observat algunes diferències entre les xarxes socials i la pàgina web, s'han vist patrons comuns als dos corpus. Per tant, les conclusions que s'extreuen són que la publicitat està adreçada a un públic jove i que l'ús del llenguatge col·loquial és degut al compromís de la marca per difondre la llengua i cultura catalanes.

Paraules clau: llenguatge col·loquial, llenguatge publicitari, llengua catalana, cultura catalana

Resumen

El grado de formalidad de los lenguajes publicitarios suele ser medio o alto. Por eso, sorprende encontrar una marca como L'Hòstia, que usa un registro informal. En este trabajo se analiza el lenguaje publicitario de la marca con tres objetivos. El primero es explicar las características principales del lenguaje publicitario y del coloquial. El segundo es analizar la página web y las redes sociales para identificar los rasgos más característicos. Y el tercero es comprobar si hay diferencias entre los dos recursos. Para hacer el análisis, se han creado dos corpus con los datos extraídos de la página web y las redes sociales, que se han clasificado con diecinueve etiquetas.

Los resultados muestran que el léxico religioso, los préstamos y las referencias a elementos de la cultura catalana son los rasgos más característicos del lenguaje

publicitario de la marca. Además, aunque se han observado diferencias entre la página web y las redes sociales, también se han encontrado patrones en común en los dos corpus. Por lo tanto, las conclusiones que se extraen son que la publicidad está destinada a un público joven y que el uso del lenguaje coloquial se debe al compromiso de la marca por difundir la lengua y la cultura catalanas.

Palabras clave: lenguaje coloquial, lenguaje publicitario, lengua catalana, cultura catalana

Abstract

The language used in advertising usually has a medium or high formality degree. Therefore, it is surprising to find a brand like L'Hòstia that uses an informal register. This paper analyzes the brand's language in advertising with three objectives. The first one is to explain the main characteristics of the advertising and colloquial languages. The second one is to analyze the brand's website and social networks to identify the most characteristic features. And the third one is to check if there are differences between both resources. To carry out this analysis, two corpora have been created with the data extracted from the website and the social networks, which have been classified with nineteen labels.

Results show that religious lexicon, loanwords, and references to elements of the Catalan culture are the most characteristic features of the brand's advertising language. In addition, although differences have been observed between the website and the social networks, there were also found common patterns in both corpora. Hence, the conclusions are that the brand's advertising is focused on young people and that the use of colloquial language is due to the brand's commitment to spread the Catalan language and culture.

Keywords: colloquial language, advertising language, Catalan language, Catalan culture

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	1
1.1. Justificació i motivació	1
1.2. Objectius i hipòtesis.....	1
1.3. Metodologia i estructura	2
2. DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA.....	3
3. DESCRIPCIÓ DEL PRODUCTE: L'HÒSTIA	5
4. MARC TEÒRIC	7
4.1. Llenguatge publicitari	7
4.2. Llenguatge col·loquial	9
5. METODOLOGIA DE L'ANÀLISI.....	13
5.1. Etiquetes “lingüístiques”.....	14
5.2. Etiquetes “culturals o literàries”	16
5.3. Etiquetes “mixtes”: “lingüístiques” i “culturals o literàries”	17
6. ANÀLISI	19
6.1. Anàlisi quantitativa per blocs.....	19
6.1.1. <i>Corpus de la pàgina web</i>	19
6.1.2. <i>Corpus de les xarxes socials</i>	22
6.2. Anàlisi per etiquetes.....	24
6.2.1. <i>Etiquetes “lingüístiques”</i>	24
6.2.2. <i>Etiquetes “culturals i literàries”</i>	30
6.2.3. <i>Etiquetes “mixtes”</i>	35
6.3. Comparació dels resultats dels dos corpus.....	38
7. CONCLUSIONS	40
BIBLIOGRAFIA	42
ÍNDEX DE GRÀFICS	44
ANNEX 1. PUBLICACIONS XARXES SOCIALS	45
ANNEX 2. CORPUS PÀGINA WEB	56
ANNEX 3. CORPUS XARXES SOCIALS	63

1. INTRODUCCIÓ

1.1. Justificació i motivació

El propòsit d'aquest treball és analitzar el llenguatge que s'empra per fer la publicitat d'una marca de begudes. Concretament, consisteix a analitzar les característiques del llenguatge de la pàgina web i les xarxes socials de la marca de ratafia L'Hòstia. Aquesta marca pertany a l'empresa Virgili Brothers SL, que és més coneguda com a Can Virgili. A més a més, amb aquest projecte tinc la voluntat de reunir els coneixements adquirits durant els quatre anys de carrera i utilitzar-los en un enfocament tant teòric com aplicat.

La idea de centrar-me en l'àmbit del llenguatge de la publicitat i el màrqueting em va sorgir arran d'un treball que vam fer a l'assignatura de Llengües i Empresa. En aquest treball havíem d'analitzar les llengües en diversos aspectes dels productes d'una empresa, com per exemple l'etiquetatge, el *naming*, els vídeos publicitaris i les xarxes socials. En aquell moment em va semblar un àmbit molt interessant i, per això, l'he utilitzat com a inspiració per triar el tema del treball final de grau. Així doncs, he decidit analitzar el llenguatge publicitari de la marca L'Hòstia.

L'interès per aquesta marca em sorgeix, en un primer moment, per la curiositat com a consumidora del producte i, posteriorment, la plantejo com a objecte d'estudi, ja que considero que la seva anàlisi pot ser d'interès en l'àmbit del llenguatge publicitari. Això és perquè aquesta marca utilitza un tipus de llengua poc comuna per fer la publicitat del seu producte. El que en caracteritza la publicitat és, a grans trets, l'ús d'un llenguatge col·loquial i, de vegades, fins i tot vulgar. Així doncs, es tracta d'un llenguatge publicitari transgressor que està tenint molt èxit entre els consumidors, i el que pretenc amb aquest treball és analitzar i descriure els trets específics que el caracteritzen.

1.2. Objectius i hipòtesis

En aquest treball es plantegen tres objectius principals. El primer objectiu és entendre i explicar quines són les característiques més comunes tant del llenguatge publicitari com del llenguatge col·loquial. Això em permetrà comparar-les amb les característiques del llenguatge de la marca per a assolir el segon objectiu, que s'explicarà a continuació.

En segon objectiu és elaborar una anàlisi del llenguatge de la pàgina web i les xarxes socials del producte per identificar el tipus de llenguatge que s'utilitza i definir les característiques que el distingeixen. La hipòtesi de partida és que el llenguatge que utilitza la marca té un registre col·loquial i que, per tant, es trobaran trets característics d'aquest registre.

Finalment, el tercer objectiu és observar si hi ha diferències entre el llenguatge utilitzat a la pàgina web i el llenguatge emprat a les xarxes socials. En aquest cas, la hipòtesi és que sí que es trobaran diferències, pel fet que normalment a les xarxes socials es solen trobar més transgressions de la normativa lingüística. En canvi, a les pàgines web es sol tenir més cura amb els continguts que es penjen.

1.3. Metodologia i estructura

Per assolir aquests objectius, dividiré el treball en dues parts principals. La primera part serà descriptiva i teòrica, mentre que la segona part serà més analítica i aplicada. Així doncs, en primer lloc, faré una descripció de l'empresa, centrant-me en el producte en què es basa el treball, que és L'Hòstia. En aquest moment, faré una descripció breu de les característiques generals del llenguatge que caracteritza la publicitat del producte, que es desenvoluparà amb més detall posteriorment. Seguidament explicaré quines són les característiques més comunes del llenguatge publicitari. I, per concloure aquesta primera part, explicaré què és el llenguatge col·loquial i quines són les seves característiques principals.

La segona part del treball consistirà en la creació de dos corpus, un amb les dades provinents de la pàgina web, i un altre amb les dades extretes de les xarxes socials. Amb cadascun dels corpus faré una anàlisi per veure les característiques específiques del llenguatge emprat en la publicitat d'aquest producte. Això em permetrà comparar els resultats de les dues anàlisis per comprovar si hi ha diferències en el llenguatge utilitzat segons la procedència de les dades. Finalment, extrauré les conclusions, tant pel que fa a les característiques del llenguatge utilitzat per fer la publicitat de manera general, com pel que fa a l'ús del llenguatge específic als diferents mitjans.

2. DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

L'empresa que descriuré a continuació ha tingut diversos noms al llarg dels anys i actualment encara en fa servir de diferents. D'una banda, trobem Virgili Brothers SL, que és el nom que consta en el registre mercantil i, d'altra banda, tenim Can Virgili, que és el nom comercial i el que els propietaris més utilitzen actualment. Però també trobem altres noms coneguts com Virgili Bros i Casa Berger, i tots fan referència a la mateixa empresa. A més a més, també utilitzen el nom Democratic Wines per al comerç fora de Catalunya. Tanmateix, d'ara endavant, en aquest treball utilitzarem el nom Can Virgili, ja que és el que consta en les seves pàgines web i xarxes socials.

Can Virgili és una empresa catalana, més concretament, un celler, que produeix i comercialitza diferents marques de vi, cava i ratafia. La dirigeixen tres germans, l'Albert, l'Àlex i el Jordi Virgili i són la tercera generació de la família que s'encarrega de l'empresa. Entre els diferents productes de l'empresa hi trobem dues marques de cava: els caves MO i El Cigarelo, que és l'últim producte que han llençat al mercat. També tenen quatre marques de vi: El Sorbet (vi rosat), El Vinyet (vi blanc i negre), El Xitxarel·lo (vi blanc) i El Cabronet (vi negre). Finalment, tenen una marca de ratafia: L'Hòstia.

Des del moment en què els germans es van posar al capdavant, l'empresa va començar a tenir molt més èxit. Això és perquè a banda d'introduir productes nous, també van canviar la manera de comercialitzar-los. La primera cosa que van fer va ser un canvi en la imatge i l'etiquetatge dels vins anomenats El Vinyet i El Sorbet. Més tard, van crear El Xitxarel·lo i El Cabronet, que de seguida es van fer molt famosos gràcies a una nova estratègia de màrqueting. Amb aquesta estratègia, els germans van anar un pas més enllà i van aconseguir diferenciar les dues marques gràcies al disseny transgressor del seu etiquetatge, que es compon d'un conjunt d'insults i renecs en català. Aquesta nova imatge de l'empresa demostrava el gran humor dels tres germans i el seu compromís no només pel vi, sinó també per la llengua catalana.

Finalment, van fer un darrer pas que va ser afegir la marca de ratafia L'Hòstia al seu catàleg de productes. Per a aquest producte van continuar amb l'estratègia de màrqueting que havien utilitzat per als vins. És a dir, van continuar emprant un llenguatge transgressor per fer-ne la publicitat, però aquesta vegada amb un etiquetatge una mica més senzill.

Aquest és el producte en què ens centrarem en aquest estudi i, per tant, en parlarem amb més deteniment en l'apartat següent.

3. DESCRIPCIÓ DEL PRODUCTE: L'HÒSTIA

Com he esmentat anteriorment, L'Hòstia és la marca de ratafia de l'empresa Can Virgili. Des del moment en què va sortir al mercat va tenir una gran rebuda per part dels consumidors habituals d'altres productes d'aquesta empresa, i també va aconseguir captar nous consumidors entusiastes de la ratafia. Una característica important d'aquesta marca de ratafia, i que estableix una gran diferència amb altres marques, és que la seva graduació d'alcohol és molt superior a la mitjana habitual. L'Hòstia té una graduació del 35 %, mentre que la mitjana de les ratafies és d'entre 25 i 29 graus.

Aquesta marca, a banda de vendre l'ampolla d'alcohol de tres mesures diferents (5, 50 i 100 cl), també comercialitza altres productes secundaris com ara ampolles amb forma de dosificadors, ampolles amb xeringa com si fos un xarop, samarretes, gots de xarrup, jocs, bosses de roba i pòsters. A la pàgina web de L'Hòstia, d'aquests productes en diuen «Queviures L'Hòstia» i tots tenen relació amb la marca de ratafia o amb algun dels elements utilitzats per fer-ne la publicitat, dels quals parlarem més endavant. Per tant, aquest marxandatge és una altra manera original que tenen els germans Virgili de fer publicitat del producte principal, que és la ratafia. Això s'afegeix a altres estratègies com, per exemple, organitzar esdeveniments patrocinats per L'Hòstia, que solen ser trobades o festes, i dels quals es poden trobar imatges i vídeos tant a la pàgina web com a les xarxes socials.

No obstant això, el que més crida l'atenció de la pàgina web i les xarxes socials és el llenguatge que s'empra, ja que es tracta d'un llenguatge molt col·loquial, amb paraules vulgars i amb argot, i també amb referències a elements literaris, religiosos i històrics. Tot això centrat en l'àmbit de Catalunya, per tal d'ajudar a preservar i difondre tant la llengua com la cultura catalanes d'una manera original i sempre des de l'humor que caracteritza els germans Virgili.

Així doncs, sobta trobar aquest tipus de llenguatge en la pàgina web i les xarxes socials d'un producte, ja que normalment per fer publicitat s'utilitza un català molt més formal. Una altra possible raó per la qual els germans Virgili han triat el català col·loquial per a la seva publicitat —a banda de per promoure la llengua i cultura catalanes—, és la intenció d'apropar-se al consumidor. Aquest llenguatge permet crear més vincles amb la

població catalana que altres tipus de llenguatge més formals, i això facilita la popularització de la marca i, consegüentment, la venda del producte.

No obstant això, tot i que és un llenguatge que en un primer moment sorprèn, convé subratllar que no incompleix la normativa. A l'article 34 de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, que tracta sobre com les empreses han de posar la informació per a les persones consumidores, hi diu "les dades que figuren en l'etiquetatge i en l'embalatge i les instruccions d'ús dels productes que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya poden figurar en català, en castellà o en qualsevol altra llengua de la Unió Europea". Aquesta llei ens indica que és legal utilitzar el català per a informar els consumidors sobre el producte, que és el que fan els germans Virgili, però en la llei no s'especifica quin tipus de català ha de ser, no diu que hagi de ser un català formal, i és per això que considero que el llenguatge emprat en L'Hòstia no incompleix la llei.

Més endavant en la mateixa llei, en l'article 36, que se centra a indicar com ha de ser la publicitat, hi posa que "el Govern de la Generalitat i els ens locals han d'afavorir, estimular i fomentar amb mesures adequades l'ús del català en la publicitat, especialment de la via pública, amb l'objectiu que sigui la llengua d'ús normal del sector". Aquest article no afecta directament l'empresa que estem estudiant perquè és una empresa privada. Pel que fa als altres articles que tracten sobre la publicitat, tampoc afecten l'empresa, ja que la llei se centra en les empreses públiques o de dret públic i no especifica exactament com ha de ser la publicitat de les empreses privades. Tot i això, veiem la voluntat de l'empresa Can Virgili per seguir el mateix criteri que demanen a les empreses públiques i ajudar a fomentar el català, encara que sigui un català col·loquial.

4. MARC TEÒRIC

4.1. Llenguatge publicitari

Per començar, cal definir a què em refereixo quan parlo de llenguatge publicitari. Alguns autors com Rom i Sabaté (2007) el defineixen com “una de les varietats de llenguatge que hem creat les persones i que serveix perquè els anunciants es puguin comunicar amb els públics que més els interessin”. Segons aquests autors, el llenguatge publicitari està format per altres elements a banda de la llengua, com són la música, les imatges, els gestos i els colors. Així mateix, hi ha un altre element que els autors no anomenen però, des del meu punt de vista, és fonamental en el llenguatge publicitari: els silencis. En definitiva, el llenguatge publicitari el formen tots els elements que hi ha presents en l’acte publicitari i que tenen la finalitat de comercialitzar el producte.

No obstant això, en aquest treball em centraré en la part lingüística i no tractaré els altres elements que Rom i Sabaté (2007) inclouen dins del llenguatge publicitari. Això és perquè l’objecte d’anàlisi d’aquest treball és el llenguatge escrit emprat per l’empresa Can Virgili en la publicitat de la marca L’Hòstia, sense tenir en compte els altres elements (imatges, vídeos...) que es poden trobar en la pàgina web i les xarxes socials. Per tant, d’ara endavant quan faci servir el terme “llenguatge publicitari” em referiré estrictament al text escrit.

Així doncs, un cop definit què s’ha d’entendre per llenguatge publicitari en aquest treball, em centraré a explicar quins són els aspectes principals d’aquest tipus de llenguatge. En primer lloc, cal destacar la importància de triar una llengua o una altra, ja que no és el mateix fer la publicitat en castellà que en català, una llengua històricament minoritzada. En el nostre cas, l’empresa Can Virgili va escollir utilitzar el català per fer la publicitat dels seus productes i, com hem vist en l’apartat anterior, podria haver triat una altra llengua, com per exemple el castellà o l’anglès, per aconseguir arribar a un mercat més ampli. Tot i això, van decidir que la llengua de la seva publicitat fos el català. Amb aquesta decisió, els germans Virgili van aconseguir dos objectius: d’una banda, acotar el públic destinatari de la publicitat i, d’altra banda, començar a reflectir quins eren els valors de la marca. En altres paraules, només amb aquesta decisió, els germans Virgili donaven a entendre que la seva empresa està compromesa amb la llengua catalana i definien els parlants d’aquesta llengua com el públic destinatari de la publicitat.

En segon lloc, una altra qüestió important és el registre de la llengua que s'utilitza en la publicitat. Com explica Torrent (1999) la llengua que s'utilitza en els anuncis normalment té un grau de formalitat alt o mitjà i només un petit nombre d'anuncis es fan amb un registre informal amb trets col·loquials. Per això, sorprèn veure una publicitat com la de la marca L'Hòstia, que es caracteritza per l'ús d'un registre molt informal i que es pot identificar clarament amb un català col·loquial. Torrent (1999) explica quan parla de la varietat estàndard que "aquesta opció té l'avantatge d'oferir un producte lingüístic no marcat socialment, assumible pels parlants de les diverses zones i que garanteixi el nivell més alt de comprensió i d'identificació". Així doncs, es pot suposar que l'ús d'aquest llenguatge transgressor té la intenció de marcar el producte socialment i ajudar així a difondre els valors de l'empresa.

Tot i això, cal destacar que fins i tot les empreses que decideixen emprar un registre informal no utilitzen el català col·loquial tal com el parla la gent al carrer. Per contra, fan servir un català que Torrent (1999) anomena "col·loquial arreglat" i que, segons aquesta autora, està format principalment pel vocabulari i la fraseologia propis de la gent jove, però que rarament reflecteixen els aspectes gramaticals i discursius reals del llenguatge dels joves. En altres paraules, s'utilitza un català col·loquial artificial que es basa principalment en l'ús d'elements del lèxic del català col·loquial real, però que, com veurem més endavant, no té tant en compte altres aspectes com per exemple la sintaxi.

Així doncs, per concloure aquest apartat, convé subratllar la importància de la tria tant de la llengua com del registre per definir les relacions que s'estableixen entre la marca o el producte i el consumidor. Tanmateix, Rom i Sabaté (2007) fan una distinció que considero interessant: afirmen que el consumidor i el públic objectiu de la publicitat no són sempre el mateix. Els autors donen l'exemple del cas de la marca Coca Cola, en què la publicitat està pensada principalment per a un públic jove, però, en canvi, els consumidors dels seus productes, és a dir, les persones que els compren, són d'edats molt diverses.

El cas de L'Hòstia és semblant a aquest, ja que el llenguatge de la seva publicitat també se centra en un públic jove i, en canvi, els consumidors són de diferents edats. Ara bé, el llenguatge de la publicitat de L'Hòstia té la particularitat que conté referències culturals que potser són més conegudes per la gent adulta i no tant per la gent jove. Des del meu punt de vista, això no vol dir que la publicitat de L'Hòstia vagi dirigida a un públic més

adult, sinó que és una manera que tenen els germans Virgili de reforçar els seus valors, és a dir, de promoure la llengua i la cultura catalanes entre el públic més jove.

4.2. Llenguatge col·loquial

El llenguatge col·loquial, segons Payrató (1990), és “una modalitat lingüística *oral i informal*, perquè es manifesta en situacions poc formals i que demanen un ús oral del llenguatge”. Altres autors com Bibiloni (1997) afegixen que “tot i que pot haver-hi usos escrits als quals pot escaure la consideració de col·loquials, com notes i petits missatges adreçats a una persona de confiança, la llengua col·loquial és fonamentalment oral i espontània”. Seguint aquestes definicions, no es podria dir que el llenguatge utilitzat pels germans Virgili en la publicitat de L’Hòstia sigui un llenguatge col·loquial, ja que no es tracta de llengua oral, sinó que és un conjunt de textos escrits. Així mateix, tampoc es tracta de “petits missatges” dirigits a una persona de confiança, sinó que són textos publicitaris d’una empresa, adreçats a uns consumidors amb qui, en principi, no tenen una relació estreta.

No obstant això, discrepo d’aquesta visió del llenguatge col·loquial, pel fet que en els darrers anys els serveis de missatgeria instantània —i les xarxes socials en general— han evolucionat molt, i permeten una comunicació molt més fluida encara que el canal sigui un mitjà escrit i no oral. Per tant, avui dia hi ha una interacció molt més ràpida entre els usuaris i això fa que, la majoria de vegades, el llenguatge que s’utilitza no sigui l’estàndard. De fet, sol ser un llenguatge que conté moltes de les característiques que Payrató atribueix al llenguatge col·loquial, especialment quan la comunicació és entre familiars o amics.

A més a més, Vallverdú (2003) afirma que tot i que hi ha una tendència a associar l’oralitat a la conversa espontània i l’escriptura a un text ben redactat, el cert és que ambdues coses no són més que diferents canals que es poden expressar en diverses modalitats, ja siguin formals o informals. Per aquestes raons, considero que en el cas de L’Hòstia, tot i que no és un llenguatge col·loquial que hagi sorgit d’una conversa espontània, imita d’una manera fidel el llenguatge que podria utilitzar qualsevol grup d’amics de manera quotidiana. Ara bé, s’ha de tenir en compte que és el text de la pàgina web pública d’una

marca i les corresponents xarxes socials, i que, per tant, ha de complir amb uns requisits mínims pel que fa a la normativa lingüística.

A continuació, em centro en les característiques pròpies del llenguatge col·loquial. Es pot veure que diferents autors com Payrató (1990) i Santamaria (2010) coincideixen en separar-les en quatre grans àmbits: la fonètica, la morfologia, la sintaxi i el lèxic. Pel que fa als aspectes fonètics, en aquest treball no els analitzaré, ja que tant la pàgina web com les xarxes socials de L'Hòstia estan constituïdes majoritàriament per text escrit i, per tant, em centraré a analitzar el llenguatge escrit. En canvi, sí que analitzaré els aspectes morfològics, sintàctics i lèxics seguint els models que utilitzen Payrató (1990) i Santamaria (2010) en les seves obres. D'aquests tres grans àmbits, em centraré especialment en els aspectes lèxics, ja que són els més freqüents i els més flexibles en un llenguatge que, com ja he comentat abans, imita el llenguatge col·loquial, però no pot transgredir la norma com ho faria un parlant en unes condicions més naturals.

Així doncs, quant als aspectes morfològics, em centraré sobretot en el recurs de la derivació, que és un dels recursos morfològics més freqüents, i a més, no transgredeix tant la normativa com altres tipus de recursos. Per tant, em fixaré en la prefixació i, especialment, en la sufixació, ja que hi ha tendència a crear augmentatius i diminutius dels mots mitjançant aquest recurs, amb la intenció d'augmentar el grau d'afectivitat. També tindrè en compte la variació en les flexions dels verbs, tot i que considero que no n'obtindrè tants exemples com del recurs de la derivació pel fet que són aspectes del llenguatge col·loquial que sí que incompleixen la normativa lingüística.

Respecte als aspectes lèxics, principalment analitzaré determinats tipus de paraules que són molt freqüents en el llenguatge col·loquial, com ara termes genèrics, neologismes, termes argòtics, renecs, eufemismes, l'ús d'expressions i locucions pròpies del llenguatge quotidià i també l'ús de paremiologia, és a dir, de refranys i frases fetes. També consideraré com a aspectes lèxics l'ús de segons quins verbs, adjectius, adverbis i connectors que són genuïns del català col·loquial. No obstant això, dins d'aquest grup analitzaré amb més deteniment els neologismes i els termes argòtics, ja que com explica Payrató (1990), "la presència i la pressió de l'anglès (gairebé sempre a través del castellà) és patent en molts dels neologismes que es van incorporant al col·loquial català, de la mateixa forma que en l'argot català, que coexisteix amb el col·loquial i li ofereix un bon nombre de termes, s'hi descobreix una fortíssima influència del castellà". Per tant, com

que l'ús de castellanismes i anglicismes és molt freqüent en el català col·loquial, prestaré una atenció especial a la manera com els germans Virgili han tractat aquests tipus de paraules: si n'han permès l'ús o si, per contra, han optat per utilitzar formes catalanes i així evitar-los.

Finalment, pel que fa als aspectes sintàctics, em fixaré en les combinacions de pronoms, les construccions estereotipades, les interjeccions, les fórmules de repetició i alguns aspectes més concrets com l'ús de l'article *lo* i el pronom relatiu *que*. Ara bé, el cert és que trobar segons quins errors sintàctics en una pàgina web corporativa, encara que s'estigui imitant un llenguatge col·loquial, pot donar una mala imatge de la marca. Per això, és probable que els germans Virgili hagin tingut especial cura en la sintaxi, per tal d'evitar transgredir massa la normativa lingüística, sobretot en la pàgina web.

5. METODOLOGIA DE L'ANÀLISI

En aquest apartat explicaré quin és el procediment que he seguit per formar els corpus i quines són les etiquetes que he utilitzat per classificar i agrupar les dades. En primer lloc, com ja he esmentat anteriorment, l'elaboració dels corpus s'ha fet a partir de les dades extretes de la pàgina web i les xarxes socials de la marca L'Hòstia de l'empresa Can Virgili. Tanmateix, és necessari explicar que per a l'obtenció de les dades de les xarxes socials, m'he centrat principalment en una de les tres xarxes amb què compta la marca —que són Instagram, Facebook i Twitter—, pel fet que gairebé sempre era el mateix contingut en les tres.

Així doncs, les dades del corpus de les xarxes socials provenen principalment d'Instagram perquè encara que les publicacions generalment siguin les mateixes en les tres xarxes, en alguna ocasió els textos que pengen a Instagram són una mica més llargs. A més a més, he observat que de vegades en aquesta xarxa hi ha publicacions especials que no apareixen a les altres, com per exemple sorteigs i concursos. Per tant, per aquestes raons he decidit centrar-me en les dades d'Instagram, i només recollir les dades de Facebook i Twitter en el cas que siguin diferents, per tal d'evitar tenir la mateixa informació repetida tres vegades. Així mateix, les publicacions que he utilitzat per recollir les dades són les que la marca va penjar entre el 14 de febrer i el 12 d'abril de 2021. Això és perquè vull que les dades siguin les més actuals possibles, ja que és un aspecte que es tindrà en compte en l'anàlisi. Conseqüentment, aquestes dates coincideixen amb l'inici del treball i el moment en què es passa a elaborar l'anàlisi.

En segon lloc, quant a l'extracció de les dades, he recollit en un Excel totes les paraules, sintagmes i oracions que —basant-me en els aspectes morfològics, lèxics i sintàctics esmentats en l'apartat anterior— he considerat que tenien trets del llenguatge col·loquial i que difícilment es trobarien en un llenguatge publicitari amb un registre més formal. He seguit el mateix procediment tant per a la pàgina web com per a les xarxes socials, i, com he comentat anteriorment, he separat les dades en dos corpus diferents per després poder-los comparar. No obstant això, en ambdós corpus he intentat emprar el mateix sistema per agrupar les dades i, per tant, en la mesura del possible he utilitzat les mateixes etiquetes. En total, n'he obtingut dinou, de les quals setze són compartides pels dos corpus, i, a més a més, en algun cas he considerat que era necessari fer subetiquetes per

organitzar millor les dades. Tot seguit, explicaré com he estructurat les diferents etiquetes i en faré una breu explicació.

Per començar, és necessari explicar que per organitzar les etiquetes, les he dividides en tres grups. El criteri que he seguit per dur a terme aquesta organització és tenir en compte si l'etiqueta recollia un tret lingüístic o un tret cultural. Així doncs, d'una banda hi ha el grup de les etiquetes que podríem anomenar “lingüístiques”, que inclouen qüestions que tenen a veure, per exemple, amb la formació de paraules o amb errors sintàctics i ortogràfics. I, d'altra banda, tenim el grup de les etiquetes “culturals o literàries”, que inclouen qüestions com ara referències culturals i històriques o glossaris de lèxics específics, com podrien ser el lèxic del licor i el lèxic religiós. No obstant això, hi ha un petit grup d'etiquetes que considero que no es poden posar només en un dels dos grups, ja que engloben qüestions que es poden explicar tant des del punt de vista lingüístic com des del punt de vista cultural, i en les quals predominarà un aspecte o l'altre depenent de cada cas concret. El grup al qual pertanyen aquestes etiquetes s'anomena “mixtes” i alguns exemples d'etiquetes que el formen són les frases fetes i les figures retòriques.

5.1. Etiquetes “lingüístiques”

Com ja he comentat, en aquest grup es troben les etiquetes que agrupen dades que són interessants d'analitzar des del punt de vista lingüístic. Això vol dir que s'analitzen les paraules i expressions per com estan escrites, és a dir, per la seva forma, i també per com s'han construït. Per tant, aquest grup conté des d'errors ortogràfics i sintàctics fins a processos de formació de paraules. A més a més, també es té en compte si són grups de paraules que tendeixen a aparèixer més en un llenguatge col·loquial que en un llenguatge formal, com és el cas d'algunes interjeccions i determinats verbs. Així doncs, les etiquetes que formen aquest grup són les següents:

- 1. Error ortogràfic:** aquesta etiqueta només apareix al corpus de les xarxes socials i agrupa els diferents errors ortogràfics que s'han trobat durant l'anàlisi de les publicacions.
- 2. Error sintàctic:** amb aquesta etiqueta, que només apareix al corpus de les xarxes socials, es recullen els errors sintàctics que s'han observat en les publicacions.

3. **Interjeccions:** amb aquesta etiqueta, que només apareix al corpus de la pàgina web, es recopilen les diverses interjeccions que s'han trobat a la web.
4. **Verb genuí del català col·loquial:** en aquesta etiqueta es recullen els verbs que són típics i genuïns del català col·loquial.
5. **Formació de mots:** en aquest grup es troben aquelles paraules que han estat formades pels diversos recursos de formació, com són la derivació i l'abreviació.
 - **Derivació:** subetiqueta que recull les paraules formades amb el recurs de la derivació, que és un recurs pel qual s'afegeix un afix (prefix o sufix) a una base lèxica per formar una nova paraula.
 - **Abreviació:** subetiqueta que recull les paraules formades amb algun dels recursos d'abreviació (abreviatures, acrònims, truncacions...), pels quals es formen noves unitats lèxiques mitjançant la reducció de paraules o sintagmes ja existents.
6. **Calc sintàctic:** sota aquesta etiqueta agrupo les expressions que són calcs sintàctics d'una altra llengua, és a dir, construccions que estan escrites en català, però utilitzen l'estructura de la llengua de què provenen, com per exemple l'anglès o el castellà.
7. **Manlleu:** aquesta etiqueta conté manlleus, és a dir, unitats lèxiques noves que han estat creades a partir d'una paraula en una altra llengua. Hi ha dos tipus de manlleus: els adoptats i els adaptats. En el primer cas, els manlleus adoptats són unitats lèxiques que s'han incorporat a la llengua catalana sense experimentar cap canvi respecte a la forma de la paraula original; és a dir, que tenen la mateixa forma en les dues llengües. En el segon cas, els manlleus adaptats són unitats lèxiques que sí que han passat un procés d'adaptació a la llengua catalana. Això vol dir que la paraula ha experimentat certs canvis ortogràfics o morfològics per adaptar-se a les regles del sistema català.

5.2. Etiquetes “culturals o literàries”

En aquest grup es troben les etiquetes que recullen dades que s’han d’analitzar des d’un punt de vista cultural o literari. Això vol dir que són etiquetes en les quals predomina més la tradició i el significat (la càrrega semàntica) de les paraules i expressions que contenen i no tant la forma en què estan escrites. Són el conjunt de dades que ajuden a generar l’estil literari característic de la publicitat de L’Hòstia. Aquest estil, com mostren les etiquetes, està format per diversos tipus de lèxics i també per un conjunt de referències culturals i històriques, i d’al·lusions a elements de l’actualitat del moment en què s’ha fet la publicació. Per tant, les etiquetes que constitueixen aquest grup són les següents:

1. **Lèxic del licor:** aquesta etiqueta recull la terminologia específica relativa als licors o les begudes alcohòliques.
2. **Lèxic religiós:** amb aquesta etiqueta es recullen les paraules i expressions que pertanyen a l’àmbit de la religió.
3. **Lèxic bèl·lic:** aquesta etiqueta recull la terminologia específica relativa a la lluita o la guerra.
4. **Referència cultural catalana:** aquesta etiqueta agrupa totes les expressions que fan referència a personatges, objectes i tradicions típiques de Catalunya, és a dir, que fan referència a elements de la cultura catalana.
5. **Lloc de Catalunya:** en aquesta etiqueta es troben els diversos llocs de Catalunya que s’esmenten en la publicitat.
6. **Referència cultural no catalana:** sota aquesta etiqueta agrupo les expressions que fan referència a elements culturals que no són propis de Catalunya, com per exemple referències a personatges, objectes o grups de música.
7. **Referència històrica:** aquesta etiqueta conté un conjunt de paraules que fan referència a fets o personatges històrics.
8. **Ús de l’actualitat:** amb aquesta etiqueta, que només apareix al corpus de les xarxes socials, es recullen les expressions que fan referència a algun objecte o esdeveniment que és tendència en el moment de la publicació.

5.3. Etiquetes “mixtes”: “lingüístiques” i “culturals o literàries”

Aquest grup, que a partir d'ara s'anomenarà etiquetes “mixtes”, el formen les etiquetes que podrien anar indiferentment als dos blocs anteriors, perquè contenen dades que es poden interpretar tant des del punt de vista lingüístic com des del punt de vista cultural o literari. Això vol dir que són dades interessants d'analitzar tant per com estan escrites (la seva forma) i pel procés pel qual s'han format, com per la seva tradició d'ús i la càrrega semàntica i literària que tenen. En l'anàlisi de les dades que engloben aquestes etiquetes predominarà un punt de vista o l'altre segons cada cas concret. Així doncs, aquest grup el formen les quatre etiquetes que explicaré a continuació:

1. **Renec / insult:** etiqueta que recull les paraules considerades malsonants, és a dir, els diversos renecs, insults i paraules vulgars trobades als corpus.
2. **Expressió argòtica:** aquesta etiqueta conté un conjunt de paraules i expressions que pertanyen a l'argot de la gent jove, i s'entén l'argot com el conjunt d'expressions que constitueixen “una moda d'un determinat moment entre algun sector social concret” (Bibiloni, 1997) i que són degudes a la interacció dins d'aquest col·lectiu tancat.
3. **Frase feta:** sota aquesta etiqueta s'agrupen les diverses expressions lexicalitzades. Això vol dir que no només hi ha frases fetes, sinó que també es troben locucions, ja que per comprovar si eren expressions lexicalitzades, m'he basat en la versió en línia del *Diccionari de Sinònims de Frases Fetes* (DSFF) de Maria Teresa Espinal, que conté les dues coses: frases fetes i locucions.
4. **Figura retòrica:** amb aquesta etiqueta s'agrupen els diversos recursos expressius que s'han utilitzat en els textos publicitaris analitzats. L'etiqueta conté quatre subetiquetes:
 - **Comparació:** figura retòrica que estableix una relació entre dos elements i que pot ser de semblança o de desigualtat.
 - **Doble sentit:** figura retòrica per la qual una paraula o expressió és polisèmica, és a dir, té més d'un significat i, per tant, pot tenir més d'una interpretació semàntica.

- **Metàfora:** figura retòrica que consisteix a utilitzar una paraula o un conjunt de paraules per expressar un element que té un altre nom i amb què guarda una relació d'analogia.
- **Paral·lelisme:** en aquest treball, no s'entendrà el paral·lelisme amb el seu significat habitual, que és la repetició d'una mateixa estructura en diverses frases en un escrit. Per contra, aquí s'entendrà com la reproducció o el calc d'una expressió de la qual se'n conserva l'estructura, però a la qual s'apliquen alguns canvis lèxics. Per tant, es tracta d'expressions que tenen una relació de correspondència o paral·lelisme amb la frase a partir de la qual s'han creat.

6. ANÀLISI

Una vegada definits els paràmetres amb els quals s'han organitzat les dades, passaré a realitzar l'anàlisi del llenguatge. Aquest capítol es dividirà en tres parts: una anàlisi quantitativa dels tres blocs d'etiquetes, una anàlisi de cada etiqueta amb detall i, finalment, una comparació entre els resultats obtinguts depenent de si les dades provenien de la pàgina web o de les xarxes socials. Tanmateix, l'estructura que seguiré per fer l'anàlisi de les etiquetes serà la mateixa que he utilitzat en el capítol anterior per explicar-les. En altres paraules, això significa que primer analitzaré les dades de les etiquetes “lingüístiques”, després les dades de les etiquetes “culturals o literàries” i, finalment, les etiquetes “mixtes”.

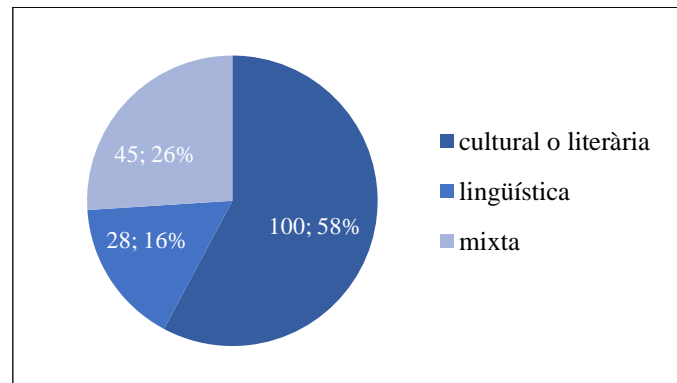
En el cas de l'anàlisi quantitativa, primer s'explicaran les dades del corpus de la pàgina web i després les dades del corpus de les xarxes socials. En canvi, en el cas de l'anàlisi en detall de les etiquetes, s'aniran alternant en cada etiqueta les dades dels dos corpus. Aquesta organització em servirà per exposar les dades més clarament i, també, per poder fer la comparació entre els resultats dels dos corpus.

6.1. Anàlisi quantitativa per blocs

6.1.1. *Corpus de la pàgina web*

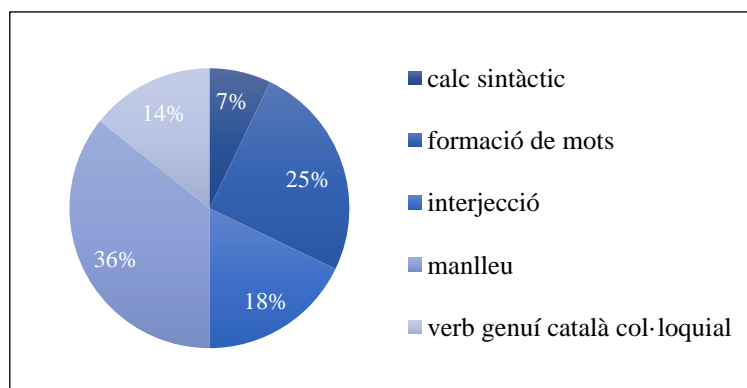
En aquest apartat, duré a terme l'anàlisi quantitativa dels tres blocs d'etiquetes i em centraré primerament en el corpus de la pàgina web. Per començar, convé esmentar que aquest corpus està format per un total de 173 registres que s'han agrupat en els tres blocs d'etiquetes —“lingüístiques”, “culturals i literàries” o “mixtes”— segons l'etiqueta assignada a cadascuna de les dades. És interessant observar que, del total de dades del corpus de la pàgina web, 100 registres pertanyen al bloc de les etiquetes “culturals o literàries”. Això vol dir que les diverses etiquetes d'aquest bloc constitueixen el 58% del corpus. En canvi, el grup de les etiquetes “lingüístiques” és el més reduït, ja que amb 28 registres conforma només el 16% del corpus. I, finalment, el grup de les etiquetes “mixtes” conté 45 registres, que equival a un 26% del total. Tot això es pot veure amb més claredat al gràfic que hi ha a continuació.

Gràfic 1. Grups d'etiquetes pàgina web



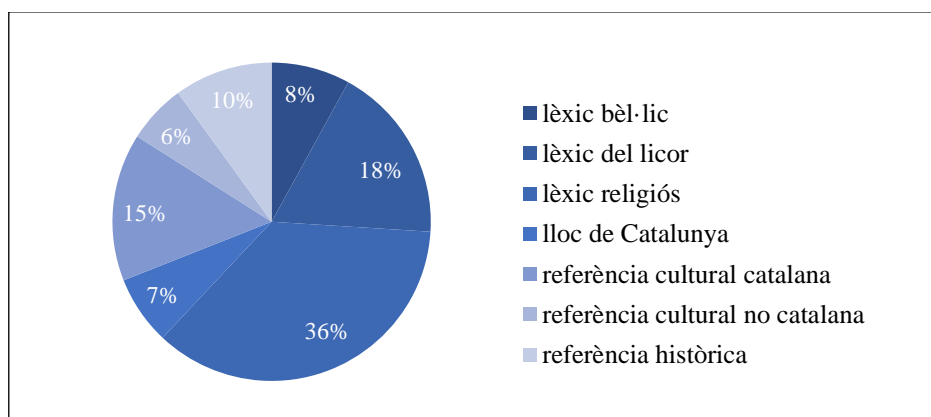
A continuació, aprofundiré una mica en cada grup per donar una visió general de la importància que té cada etiqueta dins el seu grup. Així doncs, per començar, em centro en les etiquetes “lingüístiques”. En aquest cas, el grup de les etiquetes “lingüístiques” està format per cinc etiquetes diferents, que es mostraran a continuació ordenades de més a menys segons el nombre de registres que contenen. L’etiqueta que predomina en aquest bloc és la dels manlleus, ja que representa un 36 % del total del bloc. En segon lloc, es troba l’etiqueta de formació de mots, amb un 25 %. Amb una mica menys de representació es troben les interjeccions, amb un 18 %, i els verbs genuïns del català col·loquial, amb un 14 %. Finalment, l’etiqueta amb menys representació és la del calc sintàctic, que forma el 7 % restant del grup. Al gràfic “següent es poden observar aquests valors amb més claredat.

Gràfic 2. Etiquetes “lingüístiques” corpus web



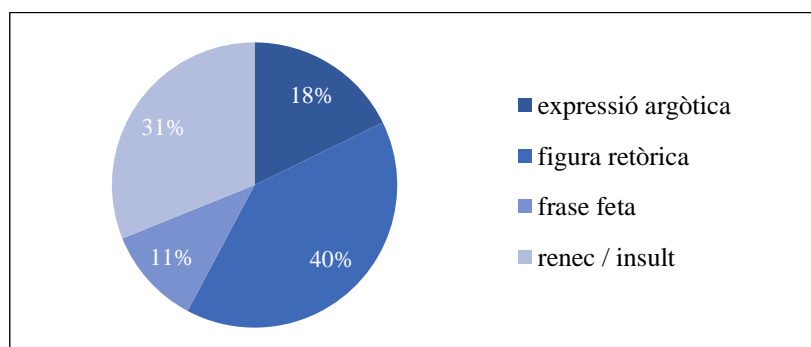
En segon lloc, em centraré en el bloc de les etiquetes “culturals i literàries”, que està format per set etiquetes. D’aquestes set etiquetes, es pot veure que la més important és la del lèxic religiós, ja que constitueix un 36% del total del bloc. Les següents més importants són la del lèxic del licor, amb un 18%, i la de les referències culturals catalanes, amb un 15%. A continuació, es troben les referències històriques, amb un 10%, el lèxic bèl·lic, amb un 8%; i els llocs de Catalunya, amb un 7%. Finalment, com es pot veure en el gràfic 3 que hi ha a continuació, l’etiqueta d’aquest bloc amb menys representació és la de les referències culturals no catalanes, amb un 6%.

Gràfic 3. Etiquetes "culturals i literàries" pàgina web



Finalment, parlaré del grup de les etiquetes “mixtes”, que està format per quatre etiquetes. En aquest cas, com es pot veure al gràfic 4, hi ha dues etiquetes que ressalten per sobre de les altres. Es tracta de les etiquetes de les figures retòriques i els renecs/insults, que constitueixen el 40% i 31% del bloc, respectivament. Amb una mica menys de representació, un 18%, es troben les expressions argòtiques i, finalment, les frases fetes amb un 11%.

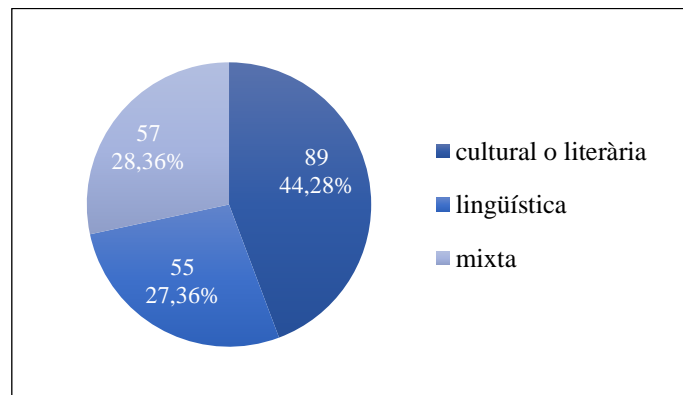
Gràfic 4. Etiquetes "mixtes" pàgina web



6.1.2. *Corpus de les xarxes socials*

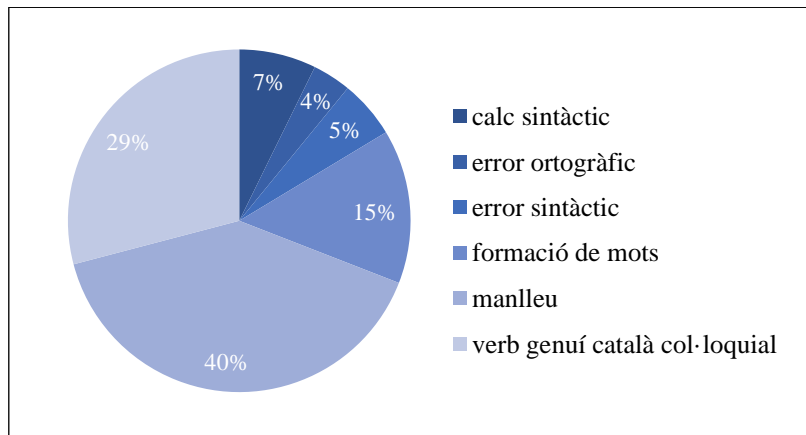
En aquest apartat, l'anàlisi se centra en el corpus de les xarxes socials. Aquest corpus està format per un total de 201 registres que, de la mateixa manera que l'anterior, han estat dividides en els tres grans grups d'etiquetes. En aquest cas, el bloc de les etiquetes "culturals i literàries" també és el més nombrós: està format per 89 registres, que constitueixen el 44,28 % del corpus. Tot i això, es pot observar que el nombre de dades dels altres dos grups (les "lingüístiques" i les "mixtes") és bastant similar. D'una banda hi ha el bloc de les etiquetes "lingüístiques" amb un total de 55 registres, que equival al 27,36 % del corpus i, d'altra banda, hi ha les etiquetes "mixtes" amb 57 registres, que correspon al 28,36 %. A continuació es mostra el gràfic amb el nombre de registres i els percentatges dels tres grups d'aquest corpus.

Gràfic 5. Grups d'etiquetes xarxes socials



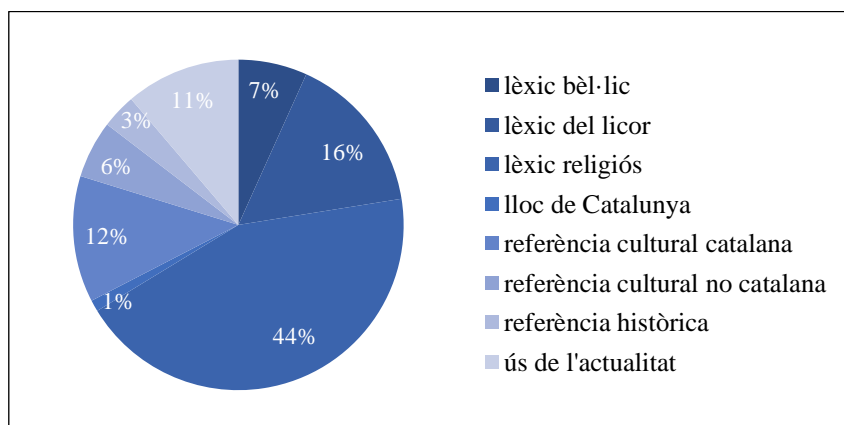
A continuació, donaré una visió general de cadascun dels tres grups i començaré pel bloc de les etiquetes "lingüístiques". En aquest cas, el bloc consta de sis etiquetes, de les quals la més nombrosa és la dels manlleus, que forma el 40 % del corpus. La segueix l'etiqueta dels verbs genuïns del català col·loquial, amb un 29 %, i després la de formació de mots, amb un 15 %. Amb una mica menys d'ocurrències es troba l'etiqueta dels calcs sintàctics, que conforma el 7 % de les dades. I, finalment, pel que fa a les etiquetes que contenen menys casos, hi ha la dels errors sintàctics, amb un 5 % i la dels errors ortogràfics, amb només un 4 %. Tot això es pot observar en el gràfic 6 que hi ha a continuació.

Gràfic 6. Etiquetes "lingüístiques" xarxes socials



Centrant-me ara en el bloc de les etiquetes “culturals i literàries”, es pot observar que és un grup format per vuit etiquetes. La que predomina, amb molta diferència, és la del lèxic religiós, que abasta el 44% del total de dades del grup. La segona més nombrosa és l’etiqueta del lèxic del licor, amb un 16%, i la segueixen les referències culturals catalanes, amb un 12%, i l’etiqueta de l’ús de l’actualitat, amb un 11%. A continuació, es troben el lèxic bèl·lic i les referències culturals no catalanes, que constitueixen el 7% i el 6% del bloc respectivament. I, finalment, com es veu al gràfic 7, les etiquetes amb menys representació són la de les referències històriques, amb un 3%, i la dels llocs de Catalunya, amb un 1%.

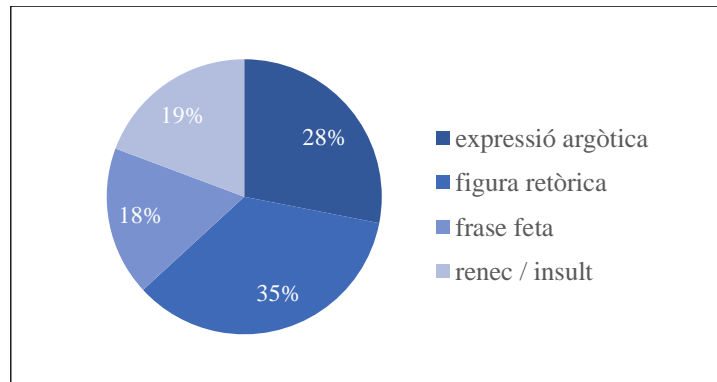
Gràfic 7. Etiquetes "culturals i literàries" xarxes socials



Per acabar, s’analitzen les etiquetes del grup de les “mixtes”. Igual que al corpus de la pàgina web, aquest grup està format per quatre etiquetes, de les quals predomina la de les

figures retòriques, ja que conforma el 35 % de les dades del grup. En segon lloc, es troba l'etiqueta de les expressions argòtiques, que sumen el 28 % de les dades. I, finalment, es pot observar que entre les dues restants hi ha poca diferència: els renecs/insults apleguen un 19 % i les frases fetes un 18 %.

Gràfic 8. Etiquetes "mixtes" xarxes socials



6.2. Anàlisi per etiquetes

En aquest apartat es durà a terme l'anàlisi detallada de cadascuna de les etiquetes. En aquesta anàlisi, aportaré exemples per a cadascun dels casos, que seran fragments extrets del corpus i dels quals ressaltaré en negreta la paraula o expressió concreta que s'està analitzant sempre que sigui necessari. A més a més, posaré tots els manlleus en cursiva, encara que al text original es trobessin en rodona.

6.2.1. Etiquetes "lingüístiques"

a. Error ortogràfic

Aquesta etiqueta només apareix al corpus de les xarxes socials i convé subratllar que no conté gaires dades. Concretament, només s'han trobat dos casos d'oracions que tinguessin paraules amb algun error ortogràfic i a continuació s'examinaran.

La primera oració és "sobreviuen com poden **foten** aquestes mescles miraculoses i meravelloses". En aquest cas, s'observa que el verb *fotre* està conjugat amb la forma *foten*, però pel context es pot deduir que es volia usar el gerundi *fotent*.

La segona oració és “les tropes **reals** el van enxampar”. Gràcies al context, es pot veure que l’adjectiu *real* no és l’adequat en aquesta oració, sinó que hi hauria d’anar l’adjectiu *reial*. Aquest error podria ser degut a la influència del castellà, ja que és una llengua que, al contrari que el català, no té la diferència entre *reial* i *real*. Per tant, en castellà aquest mateix sintagma s’escriuria “tropas reales” i això podria haver causat una confusió entre els dos adjectius en català.

b. Error sintàctic

Aquesta etiqueta, igual que l’anterior, només apareix en el corpus de les xarxes socials i conté dos tipus d’errors. En primer lloc, s’ha trobat un error de concordança en l’oració “deixeu un comentari etiquetant **a** una **persona digne** de rebre el vostre regal”. En aquest cas, l’adjectiu *digne* complementa el substantiu *persona*, que és un nom femení. Conseqüentment, s’hauria de fer la concordança i posar l’adjectiu en femení: “una persona digna de”.

El segon tipus d’error és l’ús de la preposició *a* per introduir un complement directe de persona i és una errada que es pot veure també en l’exemple anterior: “etiquetant **a** una persona”. Un altre exemple d’aquest tipus d’error es troba en la frase següent: “anunciarem **a** la persona afortunada a *stories*”. En català, com a norma general, no es posa la preposició *a* davant dels complements directes de persona i, per tant, en aquestes dues oracions s’hauria de treure, ja que no són casos d’excepció.

c. Interjeccions

Aquesta etiqueta només apareix al corpus de la pàgina web. Tot i que no són gaires les interjeccions que s’han trobat, es pot veure que són de diversos tipus tant pel que fa a la forma, com pel que fa al significat. D’una banda, tenint en compte la forma, es poden observar dos tipus d’interjeccions: pròpies i impròpies. Segons Matalama (2004), les impròpies són interjeccions que han sofert algun tipus de procés de formació, com la gramaticalització, mentre que les pròpies són les que no provenen de cap categoria gramatical o que han estat tan gramaticalitzades que és difícil saber de quina categoria

provenen. Un exemple de cada tipus que extrets de la pàgina web són els següents: *coi!* (impròpia) i *oi?* (pròpia).

D'altra banda, segons el significat hi ha tres tipus d'interjeccions: expressives, fàtiques i metalingüístiques. Les interjeccions expressives són les que “manifesten l'actitud del parlant, les que transmeten sentiments o emocions” (Matalama, 2004). Un exemple d'aquest tipus és *coi!*. Quant a les fàtiques, segons aquesta autora són les que “manifesten la relació entre emissor i receptor durant la comunicació”, com seria el cas de *oi?*. Finalment, parafrasejant la mateixa autora, les interjeccions metalingüístiques són les que serveixen per organitzar el discurs, és a dir, que tenen la funció de marcadors discursius. Un exemple d'aquest tipus és *i fins aquí*.

d. Verb genuí del català col·loquial

Aquesta etiqueta, tot i que apareix als dos corpus, té més freqüència al corpus de les xarxes socials. Pel que fa a la pàgina web, només conté dos verbs considerats genuïns del català col·loquial (*fotre* i *cardar*), que apareixen conjugats en diverses formes. A continuació, es mostra un exemple de cadascun: “allà dalt hi **carda** més fred que a la puta Sibèria” i “per admirar com us la **foteu**”.

Quant a les xarxes socials, també apareixen els verbs *fotre* i *cardar* conjugats en diverses formes. Però, a més a més, també n'apareixen altres que són habituals en un registre col·loquial, com són *mamar*, *rebentar* i *parir*. Alguns exemples on es poden veure aquests verbs són els següents: “**mamem** i cremem-ho tot”, “una puta poció màgica per **rebentar** als romans” i “el dia que el **van parir** per primer cop vam pensar a cremar-los”.

e. Formació de mots

Pel que fa a la formació de mots, s'han dividit les dades en dos grups segons el tipus de procés de formació que havia experimentat cada paraula. Aquests dos tipus de procés són la derivació i l'abreviació i, per començar, es tractarà la derivació. Quant al corpus de la pàgina web, crida l'atenció que tots els casos de derivació observats són paraules formades amb sufixos i, a més a més, tots s'utilitzen per crear diminutius. Alguns

exemples per il·lustrar això són les paraules *sopeta* i *escolanet*. Tanmateix, aquest fet no és una sorpresa perquè, com s'ha explicat al marc teòric, l'ús de diminutius és un tret característic del llenguatge col·loquial, ja que és un recurs que permet augmentar el grau d'afectivitat d'una manera senzilla.

En canvi, al corpus de les xarxes socials es pot observar que només hi ha un diminutiu: *hostieta*. Tot i així, hi ha altres paraules formades amb sufixos, com és el cas de *botiflerisme*, en què s'ha format un nom a partir d'un adjectiu, i *parkinsonaja*, en què s'ha creat un verb a partir d'un nom propi. Ara bé, en aquest corpus també hi ha paraules formades per prefixació. Un dels prefixos observats és *super-* i s'utilitza per fer formes com la de l'adjectiu *superfort*. Finalment, hi ha un cas que conté tant prefixació com sufixació, que és la paraula *anti-botiflèric*.

A continuació em centraré en el segon procés de formació, que és l'abreviació. És interessant observar que encara que existeixen diversos recursos per abreujar una paraula, en la publicitat de L'Hòstia només se n'utilitza un: el truncament. A més, una altra característica que crida l'atenció és que n'hi ha més a la pàgina web que a les xarxes socials. En el primer cas en trobem tres: *logos*, *fotos* i *indepes*, que provenen de les paraules *logotips*, *fotografies* i *independentistes*; mentre que en el segon cas només en trobem un: *bio*, que prové de *biografia*, una paraula molt utilitzada en les xarxes socials per fer referència a la descripció del compte de l'usuari.

f. Calc sintàctic

Aquesta etiqueta agrupa expressions que estan escrites en català però provenen d'una altra llengua de la qual n'adopten l'estructura. Després d'observar les dades dels dos corpus, es pot afirmar que la llengua de la qual provenen aquestes expressions és el castellà, com es veurà a continuació. Pel que fa al corpus de la pàgina web, només s'ha trobat un exemple: “mandanga de la bona”, que és un calc de l'expressió castellana “mandanga de la buena”.

Quant al corpus de les xarxes socials, a continuació en mostraré dos exemples. El primer exemple és “no estava mort, estava de parranda”, que es correspon amb la famosa cançó “no estaba muerto, estaba de parranda”. El segon exemple és “un bany de masses”, que

es correspon amb l'expressió “un baño de masas” del castellà. Convé subratllar que aquesta expressió de vegades es pot escoltar fins i tot als mitjans de comunicació, on s'empra un registre més formal, però, tot i així, no es pot obviar el fet que és un calc del castellà.

g. Manlleu

L'etiqueta dels manlleus és la que més dades conté tant en el corpus de la pàgina web com en el de les xarxes del bloc de les etiquetes “lingüístiques”. Això significa que en el llenguatge publicitari de L'Hòstia s'utilitzen molts manlleus, ja siguin adoptats o adaptats. Per començar, s'analitzarà el grup dels manlleus adoptats. Pel que fa a la pàgina web, s'ha pogut observar que els préstecs provenen de dues llengües: del castellà i, majoritàriament, de l'anglès. Un exemple de manlleu que s'ha adoptat del castellà és *pijos* i curiosament és l'únic en tota la publicitat que s'ha trobat escrit en cursiva. Aquest terme no té un equivalent exacte en català i si es volgués usar una forma no manllevada, s'hauria de tenir en compte el context de la paraula per veure quin dels possibles equivalents és el més adequat. A la fitxa 7799/2 de l'Optimot es proposen diverses expressions alternatives com per exemple *fatxenda* i *presumptuós*, entre d'altres.

Pel que fa als préstecs adoptats de l'anglès, d'una banda tenim exemples que tenen un equivalent normalitzat en català, com és el cas de *cookies* i *spam*. En el cas de *cookies* l'equivalent seria *galetes* (terme que apareix al *Diccionari de la llengua catalana*) i en el cas de *spam*, l'equivalent seria *correu brossa* (terme inclòs a la *Gran enciclopèdia catalana*). D'altra banda, tenim exemples de manlleus que encara que tenen equivalents en català, són paraules que estan àmpliament integrades en la llengua catalana i s'usen amb molta freqüència, com és el cas de *pack* i les corresponents formes catalanes *paquet* i *lot*.

Centrant-me ara en els manlleus adoptats del corpus de les xarxes socials, es pot observar que també predominen els préstecs de l'anglès i, més concretament, aquells que tenen relació amb les xarxes socials. Dos exemples serien *link* i *stories*. Pel que fa a *link*, té un equivalent en català força utilitzat pels parlants: *enllaç*. En canvi, el manlleu *stories* és un terme nou que va ser documentat per la Neolosfera per primera vegada l'any 2018. El

TERMCAT ha fet la proposta de l'equivalent *històries*, però, tot i això, el manlleu continua usant-se sovint.

Quant als préstecs del castellà trobats a les xarxes socials, es pot observar que tots tenen relació amb la festa i la beguda, com ho mostren els manlleus *juerga* i *mojito*. Pel que fa a *juerga*, és un préstec que té un equivalent molt utilitzat en català: *gresca*. En canvi, *mojito* és un manlleu que no té un equivalent i que, a més, ha estat acceptat i normalitzat per diversos organismes com la *Gran enciclopèdia catalana* i la Neoloteca del TERMCAT. Tot i això, el diccionari normatiu encara no l'ha acceptat.

Així mateix, en aquest corpus també es poden trobar préstecs adoptats d'altres llengües. Un exemple seria el terme *bukkake*, que prové del japonès i no té cap equivalent en la llengua catalana, ni tampoc se n'ha fet cap proposta. Això possiblement és degut a la poca freqüència d'ús d'aquest terme. Un altre exemple seria la locució *in extremis*, que s'ha adoptat del llatí. En aquest cas sí que hi ha una expressió catalana equivalent, que seria “en el darrer moment”. Tot i això, cal remarcar que la locució *in extremis* és una expressió normalitzada que apareix fins i tot al *Diccionari de la llengua catalana*.

Per acabar amb els manlleus adoptats, considero que és necessari fer una menció especial a un dels préstecs observats —*hardcore*—, ja que té un gran pes en la publicitat de L'Hòstia pel fet que forma part de l'eslògan de la marca: “L'Hòstia. La ratafia **hardcore**”. Aquest manlleu, encara que és adoptat, ha patit un canvi de significat respecte a la llengua original i això fa que en català s'entengui amb els significats de *dur*, *fort* o *potent*. Aquest canvi de significat podria ser causat per dos motius. El primer seria perquè la paraula es va començar a introduir a la llengua a causa de l'estil musical anomenat *hardcore*, que es caracteritza per tenir sons potents. El segon seria perquè el manlleu conté la paraula *hard*, que en anglès sí que té aquest significat de *dur* o *fort*. Tot i això, cal remarcar que en la llengua original la paraula *hardcore* no té cap relació amb els adjectius *fort*, *dur* o *potent*.

A continuació, passaré a analitzar els manlleus adaptats que s'han trobat als corpus. Pel que fa al corpus de la pàgina web, els manlleus observats també provenen de l'anglès i del castellà. D'una banda, quant a l'anglès s'observa la forma *emailings*, que en principi seria un manlleu adoptat del gerundi *emailing*, però que en agregar-li el morfema del plural, ha passat a ser un préstec adoptat, ja que els gerundis no accepten variació morfològica. D'altra banda, respecte al castellà, es poden veure manlleus com

descàrregues o *descarrega* (la segona persona del singular del verb *descarregar*). L'equivalent en català per a aquestes formes seria *baixades* i *baixa* (del verb *baixar*). No obstant això, les formes *descàrrega* i *descarregar* ja apareixen a algunes obres de referència com el *Gran Diccionari de la llengua catalana* o el TERMCAT, però, de moment, encara no s'ha incorporat al diccionari normatiu.

Respecte al corpus de les xarxes socials, sorprèn observar que no s'ha trobat cap manlleu adaptat de l'anglès, sinó que tots provenen del castellà. A continuació, es mostra un exemple d'un préstec d'aquest tipus que, a més a més, apareix en diverses formes: *mismíssim* i *mismíssima*, que són adaptacions de les formes *mismísimo* i *mismísima* del castellà. Aquestes formes són els superlatius dels adjectius *mismo* i *misma* i s'utilitzen per donar èmfasi al nom a què acompanyen, ja sigui una persona o una cosa. Si s'analitzen les oracions on s'han trobat aquests manlleus ("fusta estreta de la *mismíssima* creu del senyor" i "el *mismíssim* Mossèn Hilari el va beneir") es pot comprovar que en aquests casos també s'utilitzen amb aquesta intenció.

Per acabar amb els manlleus, voldria analitzar un cas d'un manlleu que considero que és interessant pel fet que no apareix en cap moment en la publicitat de L'Hòstia. El manlleu al qual em refereixo és *chupito*, que també es podria trobar amb les formes adaptades *xupito* i *txupito*. És un manlleu molt utilitzat en el català col·loquial i com que es tracta de la publicitat d'una marca de beguda, podria haver sortit moltes vegades. Per això, considero important destacar que en comptes d'utilitzar el manlleu, la marca ha decidit utilitzar l'alternativa *xarrup*.

6.2.2. Etiquetes "culturals i literàries"

a. Lèxic del licor

Centrant-me primerament en la pàgina web, he pogut observar que els termes d'aquesta etiqueta es poden dividir en tres grups principals. En primer lloc, hi ha un conjunt de termes que fan referència als licors d'una manera general, com per exemple les paraules *licor* i *ratafia*. En segon lloc, es troben les paraules i expressions que tenen a veure amb les característiques tècniques del producte o el seu procés d'elaboració. A continuació es mostren uns exemples: "després d'una **maceració** de quatre mesos i un posterior

envelliment” i “la nostra ratafia conté un **35% d'alcohol**”. Finalment, el tercer grup està format per les paraules i expressions que se centren més en el consum del producte. A continuació es poden observar alguns exemples: “es beu en got de xarrup” i “fotent glopada”.

En relació amb el corpus de les xarxes socials, veiem que els termes també es poden dividir en dos dels tres grups en què s’han separat al corpus de la pàgina web. D’una banda, hi ha els termes que fan al·lusions als licors de manera general, entre els quals també predominen *licor* i *ratafia*. I, d’altra banda, s’observen les paraules i expressions que fan referència al consum, com es pot veure en els següents fragments: “ressuscità de la ressaca” i “la cremor que sents quan t’empasses l’Hòstia”.

b. Lèxic religiós

Aquesta etiqueta és la que més dades conté de les que formen el bloc de les etiquetes “culturals i lingüístiques”. A continuació es mostraran alguns exemples de les dades trobades i, per fer-ho, es començarà pel corpus de la pàgina web. Convé subratllar que les paraules i expressions que conformen el lèxic religiós fan referència a elements molt diversos. D’una banda, es poden observar noms que fan menció a figures religioses com per exemple “els monjos” i “Mossèn Hilari”. Aquest últim és important perquè és un dels elements principals que formen la imatge de la marca. A més a més, també es fa referència a personatges religiosos reals, com són Mossèn Cinto Verdaguer i l’Abat de Montserrat.

D’altra banda, es poden observar moltes expressions que fan referència o són parts de pregàries eucarístiques, com per exemple les següents: “no és d’estranyar que es prengui **així en la terra com es fa en el cel**” o “resa **quatre parenostres i tres avemaries** i potser, i només potser, apareixerà al teu bar”. Finalment, es pot veure que hi ha molts adjectius que fan referència als déus, al cel o algun altre element religiós i que s’utilitzen per descriure la ratafia. Alguns exemples per il·lustrar-ho són: “licor **celestial**” i “l’elixir de propietats **divines i miraculoses**”.

Pel que fa al corpus de les xarxes socials, s’observa que les paraules i expressions que formen aquesta etiqueta també fan referència a elements religiosos molt diversos. D’una banda, es poden veure referències a figures religioses com “la Verge Maria” i, el més

important, “Mossèn Hilari”. També podem veure, com en el cas anterior, adjectius que relacionen elements religiosos amb el licor que es promociona, com es veu en els exemples a continuació: “després de comprar aquest pack **celestial**” i “amb l’única xeringa **sagrada** que cura tots els mals”. Convé explicar que en el darrer exemple, la *xeringa* fa referència a un dels productes de la marca, en què l’ampolla va acompanyada d’una xeringa perquè es prengui com si fos un xarop.

Finalment, en aquest corpus no s’han trobat expressions que siguin o facin referència a pregàries eucarístiques com en el cas de la pàgina web. No obstant això, s’han trobat expressions que fan referència a parts de la Bíblia, que sempre estan adaptades per poder fer la publicitat del producte. A continuació se’n poden veure uns exemples: “El Viacrucis de L’Hòstia consta de cinc estacions” i “lectura de la 1a carta *hardcore* als Corintis”.

c. Lèxic bèl·lic

Aquesta etiqueta apareix en els dos corpus, però en cada cas conté frases i expressions molt diferents. D’una banda, pel que fa al corpus de la pàgina web es troben expressions relacionades amb conflictes bèl·lics reals com la Segona Guerra Mundial i, per tant, és una etiqueta que té relació amb l’etiqueta de les referències històriques, que s’explicarà més endavant. Així doncs, alguns exemples d’expressions que s’han extret de la pàgina web són “guanyar la guerra” i “soldats al front”.

Quant al corpus de les xarxes socials, veiem que les paraules i expressions trobades no fan referència a cap conflicte bèl·lic real i que, en canvi, estan relacionades amb el consum de la ratafia. A continuació es mostren alguns exemples: “el primer xarrup us **condemnarà** a Ratafia o Mort” i “Tornarem a mamar. Tornarem a **vèncer**”, Tot i això, també es poden trobar exemples que no estan directament relacionats amb el consum, com per exemple “es va **revoltar** contra el seu rei”.

d. Referència cultural catalana

Aquesta etiqueta conté referències a elements de la cultura catalana. Pel que fa al corpus de la web, són principalment referències a personatges o celebritats catalanes, ja siguin

reals o fictícies, com per exemple el Timbaler del Bruc, la Moreneta, i la Núria Feliu. A més a més, també s’han trobat expressions que designen objectes típics de Catalunya, com són, per exemple, els trens de Rodalies i les barretines. Finalment, també s’han observat referències a costums típics catalans com sucocar carquinyolis i cagar el tió.

Respecte al corpus de les xarxes socials, es pot veure que també hi ha una gran quantitat de referències a personatges o celebritats catalanes com les següents: Albert Pla, Joan Laporta i Lildami. En canvi, no hi ha referències a objectes ni a costums típics com sí que veiem al corpus de la pàgina web. Tot i això, s’han pogut observar referències a cançons populars catalanes, com per exemple un fragment de la cançó del Joan Petit (“Amb el dit, dit, dit, ara balla en Joan Petit!”) i una part de l’himne del FC Barcelona (“Però ara estem d’acord (estem d’acord!): que una bandera ens agermana”).

e. Lloc de Catalunya

Aquesta etiqueta, com el seu nom indica, recull el conjunt de llocs de Catalunya que s’esmenten en la publicitat. Cal remarcar, però, que no s’han trobat gaires llocs ni a la pàgina web ni a les xarxes socials. Al corpus de la pàgina web s’han pogut observar Catalunya, la Bonanova i l’Abadia de Montserrat, que apareix també escurçat de dues maneres: Montserrat i l’Abadia. Pel que fa al corpus de les xarxes socials, només s’ha trobat un lloc de Catalunya, que és Vilafranca de Roergue.

f. Referència cultural no catalana

Aquesta etiqueta recull les expressions que fan referència a elements culturals que no són propis de Catalunya i convé destacar que són molt diversos. Respecte al corpus de la pàgina web, es troben elements com personatges literaris (“com si fos **Voldemort**”), grups musicals (Metà·lica) i, fins i tot, una referència al joc del tres en ratlla amb una petita modificació per promocionar el producte: “L’Hòstia en ratlla”.

Quant al corpus de les xarxes socials, s’observen, d’una banda, referències a personatges de pel·lícules i dibuixos animats, com es pot veure a continuació: “les mans del **druida Panoramax**” i “des de les ulleres d’en **Nobita**”. I, d’altra banda, també es troben

expressions que fan referència al futbol, però que són alienes al club català, com es pot veure en el següent exemple: “la ratafia rajarà a més velocitat que el xut de Koeman a la final de Wembley”.

g. Referència històrica

Pel que fa a les referències històriques, és una etiqueta que apareix principalment al corpus de la pàgina web. En aquest corpus, la majoria de paraules i expressions trobades tenen relació amb la Segona Guerra Mundial i, per tant, es troben exemples que són referències a fets o personatges històrics d’aquella època. A continuació es pot veure un exemple: “Heinrich Himmler, cap de la SS nazi i un dels homes més poderosos del Tercer Reich”. Quant al corpus de les xarxes socials, no es troben tantes referències històriques, i les que hi ha no se centren en un tema concret. D’una banda es poden veure referències als romans i a un tipus de festa que solien celebrar, com es pot veure a continuació: “per rebentar als **romans** i celebrar-ho amb una **bacanal** de senglars i ratafia”. I, d’altra banda, es poden observar referències a èpoques concretes, com és el cas de “a la França de Lluís XIV, cap allà el 1643”.

h. Ús de l’actualitat

Aquesta és la darrera de les etiquetes “culturals i lingüístiques” i només apareix al corpus de les xarxes socials. Qquesta etiqueta conté paraules i expressions que formen part de l’actualitat del moment de la publicació i és per això que només apareix a aquest corpus, ja que la pàgina web no s’actualitza cada dia o setmanalment com es fa amb les xarxes. Per tant, tenint en compte la situació que s’està vivint en el moment de recollir les dades, no sorprèn el fet que el principal tema que s’ha observat sigui la pandèmia. Alguns exemples per il·lustrar-ho són els següents: “Ens podreu confinar comarcament, però no podreu contra el nostre medicament” (amb *medicament* es fa referència al producte de L’Hòstia esmentat anteriorment, en què l’ampolla simula un xarop) i “aviat arribaran noves dosis” (referint-se amb *dosis* a ampolles de ratafia).

Enmig de totes les al·lusions a la pandèmia, s’han pogut observar dues ocasions en què l’etiqueta s’ha utilitzat per fer referència a altres esdeveniments. En primer lloc, s’ha

trobat una referència al Barça, com es pot veure en els següents exemples: “ahir no va entrar la pilota” o “VISCA EL BARÇA!”. Tot i això, convé destacar que en aquest cas no s’esmentava en cap moment L’Hòstia, sinó que es promocionava un altre producte de la mateixa empresa: el cava El Cigarelo. I, en segon lloc, el dia 8 de març, el Dia Internacional de les Dones, van fer una publicació que deia “Ratafia és nom de dona” i “Catalunya serà feminista o no serà”.

6.2.3. Etiquetes “mixtes”

a. Renec / insult

Aquesta etiqueta, com el seu nom indica, conté renecs i insults, és a dir, paraules que es consideren malsonants. D’una banda, pel que fa als renecs del corpus de la pàgina web, s’ha pogut observar que principalment són renecs relacionats amb el sexe, com per exemple els següents: *coi* i *collons*. Un altre que també apareix molt és *puta*, que en aquest cas s’utilitza per a emfatitzar el nom o adjectiu al qual acompanya, com es pot veure en aquest exemple: “allà dalt hi carda més fred que a la **puta** Sibèria”. Finalment, en aquest corpus només s’ha observat un insult, que és *botiflers*.

Respecte a les paraules malsonants trobades al corpus de les xarxes socials, es pot veure que predominen els insults. A més del que s’havia trobat al corpus de la web (*botiflers*), se’n troben altres com per exemple *pixapins* i *cara de pispita-fluixa*. En canvi, no es troben tants renecs que estiguin relacionats amb el sexe. D’una banda, s’ha pogut observar el renecc *collonades*, que també apareixia a l’altre corpus. I, d’altra banda, també s’ha vist l’ús emfàtic del renecc *puta* (“però una **puta** pandèmia no podrà amb nosaltres”) i en aquest cas, a més, s’ha trobat la forma masculina *puto*: “fondrem els ploms de tot el **puto** planeta”.

b. Expressió argòtica

Aquesta etiqueta conté aproximadament el doble de dades al corpus de les xarxes socials que al corpus de la pàgina web. Per dur a terme l’anàlisi, es començarà per les dades del corpus de la pàgina web com s’ha fet en els altres casos. En primer lloc, trobem

expressions típiques entre els joves, com per exemple *repartir hòsties*, que es pot veure en l'oració “Estigues atent a @somlhostia per saber on es **repartiran hòsties**”, o l'expressió “ser més català que”, que es pot observar en l'oració “L'Hòstia és més catalana que Guifré el Pilós”. D'altra banda, també es pot veure l'ús d'alguns adjectius que ara són moda entre la gent jove, com per exemple *salvatge* (“**festes salvatges** capitanejades pel bo d'en Mossèn Hilari”) o *extrem* (“és un **licor extrem** no apte per a botiflers”).

Pel que fa al corpus de les xarxes socials, trobem expressions que tenen relació amb els renecs, pel fet que estan formades amb paraules considerades renecs, com *collons* i *merda*, que s'empren com a complement d'una paraula que es vol emfatitzar. Alguns exemples són “en aquests **temps de merda** que corren” o “per culpa de **la pandèmia dels collons**”. A més, igual que a l'altre corpus, també es troben adjectius que són moda entre els joves, com *èpic* (“lluny queden ja aquelles **nits èpiques**”) i *llegendari* (“un **passeig llegendari** pel nirvana català”). Finalment, es troben expressions habituals entre els joves que fan referència al fet de consumir alcohol, com per exemple la següent: “A la taula d'en Mossèn Hilari, **fill de puta qui no se l'acabi**”.

c. Frase feta

Pel que fa a aquesta etiqueta, també consta de més dades al corpus de les xarxes socials que al de la pàgina web, però es començarà analitzant el corpus de la pàgina web. D'una banda, s'han trobat frases fetes i locucions que tenen relació amb el fet de consumir el producte, com per exemple “avall que fa baixada” o “d'un sol glop”. I, d'altra banda, s'han observat expressions més generals com per exemple “que escolten la Núria Feliu **a tot drap**”, que significa “a una intensitat de so molt elevada”, segons el *Diccionari de sinònims de frases fetes*.

Respecte a les frases fetes i locucions trobades al corpus de les xarxes socials, sorprèn veure que la majoria no tenen relació amb el fet de consumir ratafia, sinó que són més generals i estan vinculades al tema de la publicació. Tot i això, se'n poden observar alguns com “amb un fetge **d'acer**” o “d'un sol glop”, que també es trobava en l'altre corpus. Pel que fa als més generals, es pot destacar l'aparició de la frase feta “la primavera la sang altera”, tot i que l'han adaptat i la forma en què apareix és “s'acosta la primavera i la sang

se'ns altera". Finalment, també apareixen altres locucions com *a tot gas*, que vol dir "molt de pressa", o *frec a frec*, que per l'oració on apareix ("va destacar el **frec a frec** fins a l'últim moment") té el significat de que els dos contrincants van estar molt a prop de guanyar, és a dir, que va ser una victòria disputada.

d. Figura retòrica

La darrera etiqueta del bloc de les "mixtes" són les figures retòriques i està dividida en quatre subetiquetes. En primer lloc, hi ha les comparacions, que només apareixen al corpus de les xarxes socials i un exemple és "la ratafia rajará a més velocitat que el xut de Koeman a la final de Wembley".

En segon lloc, es troben els dobles sentits que, en tots els casos tenen a veure amb l'ambigüïtat de la paraula *hòstia*, que pot referir-se al producte, a un cop, o bé, si va acompanyada del verb ésser, pot significar que una cosa és extraordinària. Així doncs, un exemple de cada corpus serien els següents: "Ell és Mossèn Hilari, i el seu licor és L'Hòstia" (extret de la pàgina web) o "les nostres màquines dispensadores d'Hòsties" (extret d'Instagram).

En tercer lloc, es poden observar metàfores que, de manera general, també fan referència a la ratafia. Tot i això, en el corpus de la pàgina web es pot trobar l'oració "L'Hòstia és un licor per animals nocturns", en què "animals nocturns" és una metàfora que fa referència a gent nocturna, és a dir, gent a què li agrada la festa. Pel que fa a les xarxes socials, es pot veure l'oració "no podreu contra el nostre medicament", en què "el nostre medicament" fa referència al producte que simula un xarop esmentat anteriorment.

Finalment, es poden observar paral·lelismes i, com s'ha explicat anteriorment, s'entendran amb com a reproduccions d'una expressió de la qual se'n conserva l'estructura però amb canvis lèxics. Així doncs, alguns exemples que s'han trobat són "Ratafia o mort" (a la pàgina web), que és un paral·lelisme de la coneguda proclama "Independència o mort", i "Bon cop de raig, bevedors de la terra!" (a Instagram), en què s'estableix un paral·lelisme amb *Els segadors*, l'himne de Catalunya.

6.3. Comparació dels resultats dels dos corpus

En aquest apartat compararé els resultats que s'han obtingut en les dues anàlisis anteriors: la general i la de cada etiqueta. L'objectiu d'això és comprovar quines són les diferències i semblances entre el llenguatge emprat per la marca a la pàgina web i a les xarxes socials.

Si es mira des d'un punt de vista general, sense entrar en els detalls de cada etiqueta, es pot observar que hi ha moltes semblances entre els dos corpus. Una semblança és que dels tres grans blocs d'etiquetes les que predominen en ambdós casos són el grup de les "culturals i literàries". I, dintre d'aquest grup, l'etiqueta que més destaca és la del lèxic religiós, ja que fins i tot té més representació que l'etiqueta del lèxic del licor. Això indica que les referències a elements religiosos són un tret molt característic del llenguatge publicitari de L'Hòstia, com ja es podia preveure pel fet que una de les imatges de la marca és el Mossèn Hilari.

Una altra semblança és que l'etiqueta dels manlleus predomina en el bloc de les etiquetes "lingüístiques" dels dos corpus. Tot i això, és un resultat que no sorprèn perquè, com s'ha explicat en el marc teòric, els préstecs són una de les característiques principals del llenguatge col·loquial. Així doncs, es pot dir que els manlleus són un altre dels elements principals que formen el llenguatge publicitari de la marca.

Respecte al bloc de les etiquetes "mixtes", s'assemblen en el fet que l'etiqueta que sobresurt en els dos corpus són les figures retòriques. Aquesta característica no s'havia contemplat en el marc teòric, sinó que s'havia centrat més l'ús de paremiologia i d'expressions argòtiques. No obstant això, convé destacar que encara que l'ús de les figures retòriques no és un tret gaire habitual del llenguatge col·loquial, en aquest cas és una característica important perquè ajuda a crear l'estil propi i distintiu del llenguatge de la marca.

A continuació, es compararen més detalladament els resultats de les etiquetes per veure les semblances i diferències i es començarà per les "lingüístiques". Una de les principals diferències observades és que en la pàgina web no s'ha trobat cap error ni ortogràfic ni sintàctic. Això segurament es deu al fet que el contingut de la web es planifica amb temps i es revisa moltes vegades abans de publicar-lo, mentre que les publicacions de les xarxes es fan d'una manera més ràpida i sense tanta revisió.

Una altra dissemblança que s'ha trobat és que a les xarxes socials no hi ha cap interjecció, mentre que a la pàgina web sí que se'n troben. Finalment, un altre element en què hi ha disparitat és en els processos de formació de mots. Quant a la pàgina web, només es troben paraules formades amb sufixació —que en tots els casos creen diminutius— i abreviacions per escurçament. En canvi, a les xarxes socials els recursos són una mica més diversos i es transgredeix una mica més la normativa amb la creació de paraules com *parkinsoneja* o *anti-botiflèric*.

Finalment, és necessari destacar que també hi ha semblances entre els dos corpus. Per exemple, en l'etiqueta dels verbs genuïns del català col·loquial es pot observar que els verbs *fotre* i *cardar* predominen en els dos corpus. A més a més, pel que fa als calcs sintàctics també hi ha similituds, pel fet que en ambdós llocs els calcs provenen principalment del castellà. I, finalment, també s'han observat semblances en l'etiqueta dels manlleus, pel fet que els préstecs adoptats dels dos corpus provenen principalment de l'anglès.

Pel que fa a les etiquetes “culturals i literàries”, la diferència principal és que al corpus de les xarxes socials apareix l'etiqueta de l'ús de l'actualitat. Aquesta diferència, com s'ha comentat anteriorment, és deguda a la immediatesa de les publicacions a xarxes socials. Dues etiquetes en què també s'han observat dissemblances són el lèxic bèl·lic i les referències històriques, pel fet que a la pàgina web es narra una història centrada en la Segona Guerra Mundial que no apareix a les xarxes socials. Tot i això, la resta d'etiquetes d'aquest bloc presenten característiques molt semblants.

Per acabar, pel que fa a les etiquetes “mixtes” s'ha pogut observar que hi ha més semblances que diferències. La principal diferència és que les expressions argòtiques i les frases fetes tenen força més ocurrencies a les xarxes socials que a la pàgina web. A més, en el cas de les frases fetes hi ha disparitat pel fet que les frases fetes del corpus de la pàgina web tenen més relació amb la ratafia que les de les xarxes socials, en què són frases fetes molt més generals.

7. CONCLUSIONS

Abans de presentar les conclusions, cal recuperar els tres objectius que es plantejaven a l'inici d'aquest treball. El primer era explicar les característiques principals del llenguatge publicitari i el llenguatge col·loquial; el segon, analitzar el llenguatge de la pàgina web i les xarxes socials de L'Hòstia per definir-ne els trets distintius; i el tercer, comprovar si hi havia diferències en el llenguatge utilitzat a la pàgina web i a les xarxes socials.

Pel que fa al primer objectiu, s'ha pogut comprovar que el registre col·loquial no és una de les característiques habituals del llenguatge publicitari i és per això que afirmo que la publicitat de L'Hòstia conté un llenguatge publicitari transgressor. Pel que fa al llenguatge col·loquial, s'ha pogut comprovar que el llenguatge que utilitza la marca és una simulació del llenguatge col·loquial. Això significa que no té les mateixes característiques que tindria el llenguatge en una conversa espontània entre dos amics, però, tot i així, s'han pogut observar molts dels trets que caracteritzen aquest tipus de llenguatge.

Així doncs, pel que fa al segon objectiu s'ha vist que la principal característica de la publicitat de L'Hòstia és l'ús d'un llenguatge col·loquial que està adreçat principalment a un públic jove. És per això que un dels elements més recurrents de la publicitat són els manlleus. Tot i això, també tenen molta importància el lèxic i els elements religiosos, perquè ajuden a crear la història que defineix l'estratègia publicitària de la marca, que té com a màxim referent el Mossèn Hilari. Finalment, també s'ha pogut comprovar que les etiquetes que contenen referències a elements de la cultura catalana, si se sumen, constitueixen una gran part de les dades del corpus. Amb això es demostra la intenció dels Germans Virgili per ajudar a difondre no només la llengua, sinó també la cultura catalana.

Respecte al tercer objectiu, s'ha comprovat que sí que existeixen diferències entre el llenguatge de la pàgina web i el de les xarxes socials. D'una banda, s'ha comprovat que els textos de la pàgina web s'han fet amb molta cura; s'han planificat detalladament i s'han revisat bé abans de publicar-los. En canvi, els textos de les xarxes socials no s'han fet amb tanta planificació, i això fa que de vegades es trobin errors sintàctics i ortogràfics, o que, fins i tot, transgredeixin la norma i s'apropin més al registre col·loquial del que ho fan a la pàgina web.

A més, s'ha pogut comprovar que els temes que es tracten a la pàgina web estan principalment centrats en la ratafia, mentre que a les xarxes socials els temes són molt més variats i aprofiten la situació que s'està vivint el dia de la publicació —per exemple, un esdeveniment o un dia especial— per promocionar el producte. D'aquesta manera aconseguen connectar d'una forma més propera amb els consumidors, ja que tracten temes d'interès popular i, en moltes ocasions, poden incloure elements de la cultura catalana que no podrien incloure a la pàgina web, com per exemple els comentaris del Barça o les al·lusions a celebritats catalanes. Tot i això, per concloure, convé subratllar que malgrat les diferències trobades, es pot afirmar que en general el llenguatge publicitari de la pàgina web i el de les xarxes socials segueixen el mateix patró i comparteixen característiques, com demostren les semblances trobades en les etiquetes dels dos corpus.

En definitiva, aquest treball m'ha permès contribuir a ampliar els coneixements sobre l'ús del llenguatge col·loquial en la publicitat. Mitjançant la descripció dels trets característics del llenguatge publicitari de L'Hòstia, s'han pogut identificar patrons que segurament es poden extrapolar a altres marques que també utilitzin aquest llenguatge o un de similar. A més a més, en aquest treball he recollit moltes paraules i expressions diferents que són característiques d'un registre informal. Per tant, això em permet aportar noves dades que amplien també la informació que existeix sobre el català col·loquial artificial, que és cada vegada més freqüent no només en la publicitat, sinó també en altres àmbits com per exemple les produccions audiovisuals.

Per acabar, m'agradaria destacar que he assolit els objectius que em plantejava a l'inici del treball i, consegüentment, una manera de continuar-lo podria ser analitzar l'etiquetatge dels productes de L'Hòstia. Considero que aquesta anàlisi seria interessant pel fet que els productes segueixen el mateix patró que la pàgina web i les xarxes socials, és a dir, que en l'etiquetatge també s'utilitza un llenguatge col·loquial. Així doncs, considero que aquest treball pot ser la base per, en un futur, continuar amb l'anàlisi de l'etiquetatge dels productes de la marca o, fins i tot, adaptar-lo per a altres marques que utilitzin un llenguatge similar.

BIBLIOGRAFIA

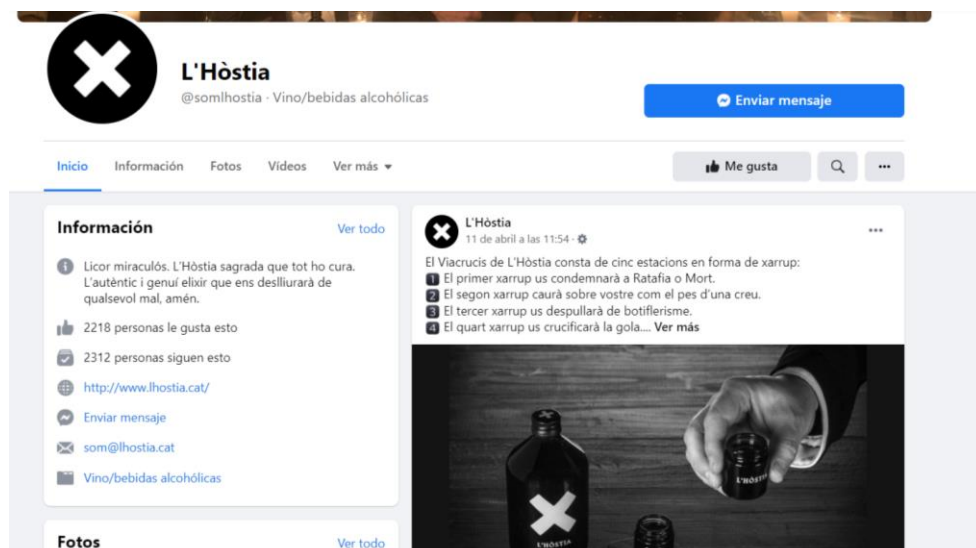
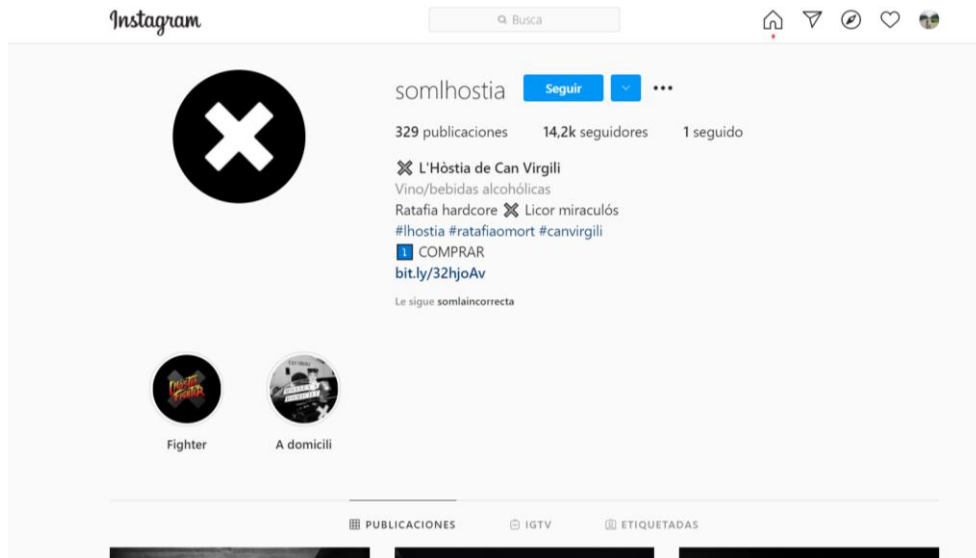
- Direcció General de Política Lingüística; Institut d'Estudis Catalans; TERMCAT: Centre de Terminologia (). Optimot, consultes lingüístiques [en línia].
- Enciclopèdia Catalana (1998). *Gran Diccionari de la llengua catalana* [en línia]. Barcelona: Grup Enciclopèdia. Recuperat 25 juny 2021, de <https://www.enciclopedia.cat/gran-diccionari-de-la-llengua-catalana>
- Enciclopèdia Catalana (2013). *Gran enciclopèdia catalana* [en línia]. Barcelona: Grup Enciclopèdia. Recuperat 25 juny 2021, de <https://www.enciclopedia.cat/gran-enciclop%C3%A8dia-catalana>
- Espinal, M. T. (2006). *Diccionari de Sinònims de Frases Fetes*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona
- Institut d'Estudis Catalans (2007). *Diccionari de la llengua catalana* [en línia]. Barcelona: Enciclopèdia Catalana. Recuperat 25 juny 2021, de <https://dlc.iec.cat/>
- Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística. Publicada al DOGC núm. 2553, de 9 de gener de 1998, i al BOE núm. 36, d'11 de febrer de 1998.
- Matamala, A. (2004). *Les interjeccions en un corpus audiovisual: Descripció i representació lexicogràfica*. (Tesi doctoral. Universitat Pompeu Fabra, Catalunya). Consultat des de <http://hdl.handle.net/10803/7498>
- Optimot (2018, octubre 8), *Fitxa 7799/2: Com es diu 'pijo, pija' en català?*. Optimot, consultes lingüístiques. Recuperat 25 juny 2021, de <https://aplicacions.llengua.gencat.cat/llc/AppJava/>
- Payrató, L. (1990). *Català col·loquial: Aspectes de l'ús corrent de la llengua catalana*. (2a ed.). València: Universitat de València.
- Rom, J., i Sabaté, J. (2007). *Llenguatge publicitari: Estratègia i creativitat publicitàries*. Barcelona: Editorial UOC.

- Santamaria, L. (2010). El col·loquial de la ficció: La caracterització de la parla dels joves. *Llengua i ús: Revista tècnica de política lingüística*, 49, 78-89. Recuperat 20 març 2021, de <https://www.raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/view/234305/316540>
- TERMCAT, Centre de Terminologia (2018, abril 19). Compartim *històries*? Així es diu *story* en català [Entrada blog]. El blog del TERMCAT. Recuperat 25 juny 2021, de <https://termcat.blog.gencat.cat/2018/04/19/compartim-histories-aixi-es-diu-story-en-catala/>
- TERMCAT, Centre de Terminologia (2021). Neoloteca [en línia]. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia. Recuperat 25 juny 2021, de <http://www.termcat.cat/neoloteca/>
- Torrent, A. M. (1999). *La llengua de la publicitat*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- Universitat Politècnica de Catalunya; TERMCAT, Centre de Terminologia; Enciclopèdia Catalana (2017). *Diccionari de telecomunicacions* [en línia]. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya; TERMCAT, Centre de Terminologia. Recuperat 25 juny 2021, de <https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/235>
- Universitat Pompeu Fabra, Institut de Lingüística Aplicada, Observatori de Neologia (2021, gener 12). *story* f [Entrada blog] Neolosfera. Recuperat 25 juny 2021, de <https://neolosfera.wordpress.com/2021/01/12/story/>
- Vallverdú, F. (2003) L'oralitat als mitjans audiovisuals: les limitacions del llenguatge col·loquial. Dins J. Martí i J. M. Mestres (ed.), *L'oralitat i els mitjans de comunicació: (Actes del seminari del CUIMPB-CEL 2002)* (p. 47-55). Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

ÍNDIX DE GRÀFICS

Gràfic 1. Grups d'etiquetes pàgina web	20
Gràfic 2. Etiquetes "lingüístiques" corpus web	20
Gràfic 3. Etiquetes "culturals i literàries" pàgina web.....	21
Gràfic 4. Etiquetes "mixtes" pàgina web	21
Gràfic 5. Grups d'etiquetes xarxes socials	22
Gràfic 6. Etiquetes "lingüístiques" xarxes socials	23
Gràfic 7. Etiquetes "culturals i literàries" xarxes socials.....	23
Gràfic 8. Etiquetes "mixtes" xarxes socials	24

ANNEX 1. PUBLICACIONES XARXES SOCIALS





somlhostia • Seguir

somlhostia El Viacrucis de L'Hòstia consta de cinc estacions en forma de xarrup:

- 1 El primer xarrup us condemnarà a Ratafia o Mort.
- 2 El segon xarrup caurà sobre vostre com el pes d'una creu.
- 3 El tercer xarrup us despullarà de botiferisme.
- 4 El quart xarrup us crucificarà la gola.
- 5 I si el cinquè no us enterra, la vostra ànima hardcore serà lliure de per vida.

Demostreu que en sou dignes posant-vos a prova després de comprar aquest pack celestial que inclou ampolla de 1/2 litre de L'Hòstia, 5 gots de xarrup i la Creu sagrada a lhostia.cat/botioa fliink a la bio!

308 Me gusta

HACE 2 DÍAS

Añade un comentario... Publicar



somlhostia • Seguir

somlhostia Bon cop de raig, bevedors de la terra! 🍷 #lhostia #somlhostia #ratafiahardcore #ratafia #somlacre macatalana #ratafiaomort #canvirgili

3 días

pastisseriagallart 🍷

3 días 1 Me gusta Responder

299 Me gusta

HACE 3 DÍAS

Añade un comentario... Publicar



somlhostia • Seguir

somlhostia Ens podreu confinar comarcalment, però no podreu contra el nostre medicament. L'Hòstia Forte, 500 ml per alleujar qualsevol tonteria. Noves dosis JA DISPONIBLES a lhostia.cat/botiga [link a la bio]. Mameu. 🍷 #queviureslhostia #lhostiaforte #lhostia #somlhostia #ratafiahardcore #ratafia #somlacre macatalana #ratafiaomort #canvirgili #vacuna #xeringa

4 días

jordimasipescriba 🍷

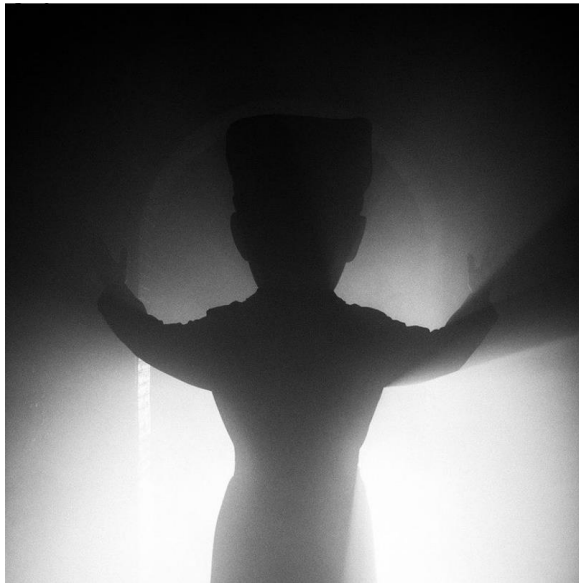
4 días 1 Me gusta Responder

ratafiaaaaa 🍷

302 Me gusta

HACE 4 DÍAS

Añade un comentario... Publicar



somlhostia • Seguir

somlhostia Lectura de la 1a carta hardcore als Corintis 15, 4-5: "Mossèn Hilari ressuscità de la ressaca el tercer dia, com deien ja les Escriptures, i s'aparegué als seus deixebles tot dient: Fills meus, no estava mort, estava de parranda." 🍷🍷
 #mossenhilari #lhostia #somlhostia #ratafiahardcore #ratafia #somalacremacatalana #ratafiaomort #canvirgili #setmanasanta #resurreccio

1 sem

joan_fugces Hosanna hey 🙌
 1 sem 1 Me gusta Responder

castellsdefum 🤔🤔🤔🤔🤔🤔

320 Me gusta

4 DE ABRIL

Añade un comentario... Publicar



somlhostia • Seguir

somlhostia Fills de la nit, us presentem EL VIACRUCIS! 🍷 La creu sagrada que guiarà el vostre camí al nirvana català. El VIACRUCIS és la millor forma de servir L'Hòstia. Feta de fusta extreta de la mismíssima creu del senyor, amb aquesta eina celestial podreu mamar en companyia així en la barra com es fa en la rave. Aquesta és una edició especial per Setmana Santa, formada per una ampolla de 1/2 litre de L'Hòstia, 5 gots de xarrup i la Creu sagrada. El podeu comprar per 19,95 miserables euros a lhostia.cat/botiga [link a la bio]. NO EN SOU DIGNES. #queviureslhostia #elviacrucis #lhostia #somlhostia #ratafiahardcore #ratafia #somalacremacatalana #ratafiaomort #canvirgili

546 Me gusta

2 DE ABRIL

Añade un comentario... Publicar





somhostia • Seguir

somhostia Avui és nit de Sant Sopar i una cosa us volem recordar: "A la taula d'en Mossèn Hilari, fill de puta qui no se l'acabi. Mamem. 🍷🍷 #mossenhilari #lhostia #somhostia #ratafiacore #ratafia #somlacremacatalana #ratafiaomort #canvirgili #setmanasanta #santsopar

1 sem

labarca_monistol Uee 🍷

1 sem 1 Me gusta Responder

ratafiaaaaa 🍷🍷🍷

1 sem 1 Me gusta Responder

jarke_mate @mireia_albert

489 Me gusta

1 DE ABRIL

Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia Pequem? 🍷🍷 #lhostia #somhostia #ratafiacore #ratafia #somlacremacatalana #ratafiaomort #canvirgili

2 sem

lanana3 Pequem, pequem 🙏

2 sem 3 Me gusta Responder

isolga_ 🍷🍷🍷🍷

2 sem 2 Me gusta Responder

albasamo 🍷🍷🍷🍷

2 sem 2 Me gusta Responder

leocostarelli Booom 🍷

494 Me gusta

28 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia Heu sigut tants els fills de la nit que heu volgut vacunar-vos massivament amb l'única xeringa sagrada que cura tots els mals, que cada cop que en fotem una nova remesa, ens deixeu secs amb dos dies. Aviat arribaran noves dosis, però mentrestant correu a lhostia.cat/botiga [link a la bio] i arraseu amb les últimes 8 unitats que queden. De res. 🍷🍷 #queviureslhostia #lhostiaforte #lhostia #somhostia #ratafiacore #ratafiacore #ratafia #somlacremacatalana #ratafiaomort #canvirgili #vacuna #xeringa

2 sem

elchicof13 Uuuuuuuuuu jo

350 Me gusta

24 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia No, no són les mans del druida Panoramix fotent una puta poció màgica per rebotar als romans i celebrar-ho amb una bacanal de senglars i ratafia. Són les mans sagrades dels amics de @lilithandsons fent el mojito de L'Hòstia. El dia que el van parir per primer com vam pensar a cremar-los per traïció, però el vam tastar i el mismíssim Mossèn Hilari el va beneir després de cardar-se'n mitja dotzena. Una forta abraçada a ells i a tots els amics que, en aquests temps de merda que corren, sobreviuen com poden fotent aquestes mescleres miraculoses i meravelloses. Mamem.
 @lhostia #somhostia #X #ratafiahardcore #ratafia #somalacremacatalana #ratafiaomort #canvirgili #mojitosagrat #mojito

547 Me gusta
 20 DE MARZO
 Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia SORTEGEM 2 SAMARRETES HARDCORE! S'acosta la primavera i la sang se'ns altera, així és que sortegem 2 samarretes, una pel guanyador/a del concurs i l'altra perquè la regali a qui li doni la santa gana. Per participar:
 [] Seguiu @somhostia i feu "m'agrada" a la publicació.
 [] Deixeu un comentari etiquetant a una persona digne de rebre el vostre regal si guanyeu.
 ⌚ Teniu temps per participar fins al divendres, 26 de març. Anunciarem a la persona afortunada a stories i en aquesta mateixa publicació. Si no creieu en la sort, també podeu comprar aquesta i d'altres meravelles a lhostia.cat/botiga [link a la bio].
 @neceemits

863 Me gusta
 19 DE MARZO
 Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir
 Sala Apolo

somhostia Lluny queden ja aquelles nits èpiques en què Mossèn Hilari es fotia una "juerga catalana" d'una setmana sencera a l'estil Albert Pla acabant amb un bany de masses a l'escenari de la @sala.apolo. Però una puta pandèmia no podrà amb nosaltres. Tornarem a sortir. Tornarem a mamar. Tornarem a vèncer. @X #mossenhilari #lhostia #somhostia #X #ratafiahardcore #ratafia #somalacremacatalana #ratafiaomort #canvirgili #salaapolo

4 sem
 ilovecostabrava 🎉❤️
 4 sem 1 Me gusta Responder
 541 Me gusta
 18 DE MARZO
 Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia "Amb el dit, dit, dit, ara balla en Joan Petit!" Explica el @mariuserraroig que a la França de Lluís XIV, cap allà el 1643, un grup de camperols liderats per un occità de Vilafranca de Roergue anomenat Joan Petit, es va revoltar contra el seu rei. Les tropes reals el van enxampar i el van condemnar a la roda. Aquest mètode d'execució a base de tortura consistia a tallar o trencar cadascuna de les parts del cos del condemnat. D'aquí va néixer la cançó i ball que tots coneixem i que fa referència a cada membre que li van trencar i que li quedava "ballant" al bo de Joan. Ara un dit, ara una mà, ara un braç, ara una cama... Si algun inconscient a la sala té ganes de revoltar-se bevent collonades estrangeres, que aixequi el dit! 🙌🔪🔪 #lhostia #somhostia

450 Me gusta
14 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia 🙏🔥
- Amunt els gots.
- Els elevem al Senyor.
- Mamem i cremem-ho tot sense pietat.
- Cal fer-ho i és de justícia.
#mossenhilari #lhostia #somhostia
#🔪 #ratafiahardcore #ratafia
#somalacremacatalana #ratafiaomort
#canvirgili

4 sem
colome_nadal 🙏🔥🔥🔥
4 sem 1 Me gusta Responder

2.054 reproducciones
13 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia L'Hostieta és la Catalunya en miniatura de la ratafia hardcore. Un passeig llegendari pel nirvana català en format reduït i d'un sol glop. Imprescindible portar-ne sempre a sobre en casos de crisi existencials d'identitat. Les podeu comprar a dotzenes a lhostia.cat/botiga [link a la bio]. 🙌🔪 #queviureslhostia #lhostia #somhostia #🔪 #ratafiahardcore #ratafia #somalacremacatalana #ratafiaomort #canvirgili

4 sem
nasanent 😊
4 sem 2 Me gusta Responder

cistu73 Ja l'he comprat... 🙌🔪
439 Me gusta
12 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar

 **L'Hòstia de Can Virgili**
1.097 Tweets Seguir

 **L'Hòstia de Can Virgili** @somlhostia · 11 mar. ...

Ahir no va entrar la pilota. Què hi farem. Però us direm una cosa: mai a la nostra història marxar a vuitens havia generat tant d'orgull per un equip que s'hi va deixar la puta pell. No sabem si el Barça... (1/2) [#elcigalero](#) [#cava](#) [#canvirgili](#)



L'Hòstia de Can Virgili y 2 más

 **L'Hòstia de Can Virgili**
1.097 Tweets Seguir

  4  10 

 **L'Hòstia de Can Virgili** @somlhostia · 11 mar. ...

... guanyarà algun títol, ni si el Messi es quedarà al final de temporada. Però ara estem d'acord (estem d'acord!); que una bandera ens agermana, que comença una nova era i que tenim el [#cava](#) en fresc a la nevera! VISCA EL BARÇA!    (2/2) [#elcigalero](#) [#canvirgili](#)



  2  4 

[Mostrar este hilo](#)



 somlhostia • Seguir ...

 somlhostia Ratafia és nom de dona.  [#ihostia](#) [#somlhostia](#) [#ratafiahardcore](#) [#ratafia](#) [#somlacremaatalana](#) [#ratafiaomort](#) [#canvirgili](#) [#feminisme](#) #8M

5 sem

 etiquetesdevi 🙌🙌🙌🙌 

5 sem 1 Me gusta Responder

 blautinta 

5 sem 1 Me gusta Responder

 blautinta Ens hi ajudareu vosaltres HOMES, si no... 

5 sem 1 Me gusta Responder

1.330 Me gusta

8 DE MARZO

 Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia ARRIBA LA GRAN FINAL DE L'HÒSTIA FIGHTER 🤖🤖🤖
 Després d'haver tombat a tots els seus rivals amb un fetge d'acer, el molt honorable @jairdominguez_ i el doctorat honoris causa @pla_albert es disputaran a Ratafia o Mort el primer títol de Campió Universal de xarups de L'Hòstia. Teniu 24 hores per votar pel vostre candidat a stories. Que comenci l'espectacle i que mami el millor! 🤖🤖
 Música: @magicanyelles
 #hostiafighter #hostia #somhostia #🤖 #ratafiahardcore #ratafia #somlacreamacatalana #ratafiaomort #canvirgili

4.618 reproducciones
 6 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia Aquest és el punt de vista des de les ulleres d'en Nobita després que Mossèn Hilari el ruixés amb L'Hòstia Forte fonent-li la cara de pispa tita-fluixa que té, gràcies a l'àcid anti-botifèric del nostre líquid sagrat. Prepareu la xeringa i practiqueu el bukkake de ratafia vosaltres mateixos.
 🤖🤖 #hostiaforte #hostia #somhostia #🤖 #ratafiahardcore #ratafia #somlacreamacatalana #ratafiaomort #canvirgili #vacuna #xeringa

birroleig Hahaahaha que grans sou! 🤖
 5 sem 1 Me gusta Responder

303 Me gusta
 6 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar



somhostia • Seguir

somhostia Aquesta setmana fot un any que ens van clausurar la vida nocturna i que les nostres màquines dispensadores d'Hòsties van deixar de rajar per culpa de la pandèmia dels collons. A hores d'ara l'únic que us podem assegurar és que el dia que les tornem a posar en marxa la ratafia rajarà a més velocitat que el xut de Koeman a la final de Wembley i que servirem tants xarups per minut que fondrem els ploms de tot el putó planeta. Mamem! 🤖🤖 #hostia #somhostia #🤖 #ratafiahardcore #ratafia #somlacreamacatalana #ratafiaomort #canvirgili

ivenfi @toni vent f

346 Me gusta
 5 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar



somlhostia • Seguir

somlhostia La cremor que sents quan t'empasses L'Hòstia no és res més que l'alè de Mossèn Hilari travessant-te la gola. 🍷🍷 #lhostia #somlhostia #X #ratafiahardcore #ratafia #somlacre macatalana #ratafiaomort #canvirgili

6 sem

lil_zurralla 🤔 6 sem 1 Me gusta Responder

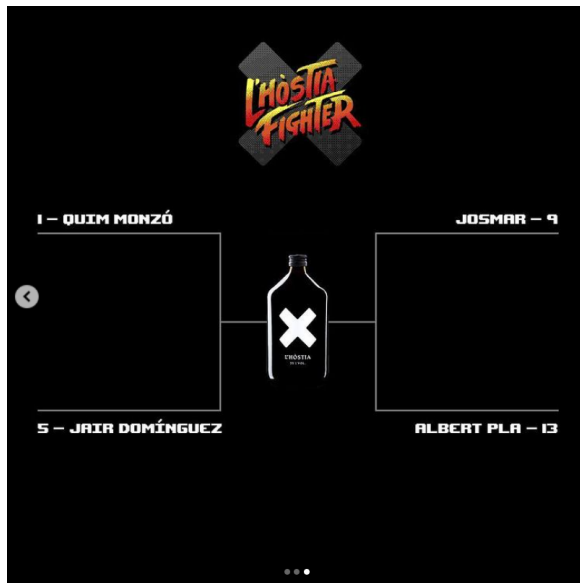
xavierocasadevall Com dilata davant el vici 🍷 6 sem 1 Me gusta Responder

jt_elbandarra 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷 6 sem 1 Me gusta Responder

664 Me gusta

4 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar



somlhostia • Seguir

somlhostia JA SOM A LES SEMIFINALS DE L'HÒSTIA FIGHTER 🍷🍷 El nostre concurs per decidir qui tomba a qui a xarrups de L'Hòstia. Després d'uns quarts de final d'infart on van destacar el KO tècnic de l'incombustible Jair Domínguez sobre un Joan Laporta a tot gas i la victòria in extremis d'un Josmar cada vegada més superfort sobre un Lildami "imparabla" fins a l'últim xarrup, ja només en sobreviuen quatre. A la final només hi ha lloc per dos i s'ho juguen a Ratafia o Mort. Que mami el millor! 🍷🍷 #lhostiafighter #lhostia #somlhostia #X #ratafiahardcore #ratafia #somlacre macatalana #ratafiaomort #canvirgili

7 sem

488 Me gusta

27 DE FEBRERO

Añade un comentario... Publicar



somlhostia • Seguir

somlhostia Pobres mortals... de veritat pensàveu que Mossèn Hilari estava fent autoestop? No pas. Està ordenant als pixapins de l'Eixample i als botiflers que fotin el camp de Catalunya si segueixen bevent licors estrangers en comptes de L'Hòstia. Beveu ratafia i salveu les vostres ànimes. MAMEM. 🍷🍷 #mossenhilari #lhostia #somlhostia #X #ratafiahardcore #ratafia #somlacre macatalana #ratafiaomort #canvirgili

7 sem

pilar_s.p 🤔🍷 7 sem 2 Me gusta Responder

634 Me gusta

27 DE FEBRERO

Añade un comentario... Publicar

LA RULETA Hardcore

L'HÒSTIA 1L
+
4 XARRUPS
+
RULETA

~~37,50€~~
24,95€

LIMITAT A LES 50 PRIMERES UNITATS
DISPONIBLE A WWW.LHOSTIA.CAT/BOTIGA

somlhostia • Seguir

somlhostia NO EN SOU DIGNES, però se'ns ha aparegut la Verge Maria, i després d'una glopada de ratafia per aclarir la gola ens ha dit: proveïu i us ensenyaré el camí. I així fou. La Ruleta Hardcore, el nostre pack celestial amb ruleta, ampolla d'1L i 4 gots de xarrup per 24,95 misericordiables euros. Promoció limitada a les 50 primeres unitats a lhostia.cat/botiga [link a la bio]. #queviureslhostia #ruletahardcore #lhostia #somlhostia #X #ratafiahardcore #ratafia #somlacremaatalana #ratafiaomort #canvirgili

7 sem

marperqalm @alejandro 1987

310 Me gusta

26 DE FEBRERO

Añade un comentario... Publicar



somlhostia • Seguir

somlhostia Tots tenim un col·lega que parkinsonaja fort i vessa els xarrups. Per nosaltres és un sacrílegi. Etiqueteu-lo en aquesta publicació per sotmetre'l a escarni públic. #lhostia #somlhostia #X #ratafiahardcore #ratafia #somlacremaatalana #ratafiaomort #canvirgili

7 sem

norb_314 Gran exemple d'efecte coanda. 🤔

7 sem 1 Me gusta Responder

memoriadepuz 🤔 Als amics vessadors no els deixo servir l'Hostia!! Faig d'amfitriona

565 Me gusta

25 DE FEBRERO

Añade un comentario... Publicar

L'HÒSTIA FIGHTER

1 - QUIM MONZÓ

3 - MERCEDES MILÀ

5 - JAIR DOMÍNGUEZ

7 - JOAN LAPORTA

JOSMAR - 9

LILDAMI - 11

ALBERT PLA - 13

J.M. MAINAT - 15

somlhostia • Seguir

somlhostia ARRIBEN ELS QUARTS DE FINAL DE L'HÒSTIA FIGHTER. El nostre concurs per decidir qui tomba a qui a xarrups de l'Hostia. Després d'uns trepidants vuitens de final on va destacar el frec a frec fins a l'últim moment del tanga del superfort @josmargerona i l'esgarrapada acrílica de la totpoderosa @akabadgyal, segueixen les eliminatòries! Teniu 24 hores per triar candidats/es a stories. Només en poden quedar quatre i s'ho juguen a Ratafia o Mort. Que mami el millor! #lhostiafighter #lhostia #somlhostia #X #ratafiahardcore #ratafia #somlacremaatalana #ratafiaomort #canvirgili

8 sem

623 Me gusta

20 DE FEBRERO

Añade un comentario... Publicar



somlhostia • Seguir

somlhostia Per lluir una de les nostres èpiques samarretes hardcore, pots fer un any de celibat i abstinència resant cada dia perquè et caigui del cel, o pots comprar-la ara mateix a lhostia.cat/botiga (link a la bio). SAMARRETA O MORT. ✕👊
 #queviureslhostia #lhostia #somlhostia #✕ #ratafiahardcore #ratafia #somlacre macatalana #ratafiaomort #canvirgili #samarreta

8 sem

396 Me gusta

19 DE FEBRERO

Añade un comentario... [Publicar](#)



somlhostia • Seguir

somlhostia ✕👊 SORTEGEM 2 HÒSTIA FORTE! Com que sabem que avui en dia això de les vacunes és un tresor molt preuat, sortegem 2 packs de medicament hardcore que inclouen una ampolla de ratafia L'Hòstia de 50 cl i una xeringa per subministrar el nostre licor sagrat. Per participar:
 1 Seguiu @somlhostia i feu "m'agrada" a la publicació.
 2 Deixeu un comentari etiquetant a 3 amigats a qui subministrareu un parell de dosis.
 ✕ Teniu temps per participar fins al divendres, 26 de febrer. Anunciarem a les 2 personesafortunades a stories i en aquesta mateixa publicació. Si no creieu en la sort, també en podeu comprar sense recomanació del

1.132 Me gusta

18 DE FEBRERO

Añade un comentario... [Publicar](#)



somlhostia • Seguir

somlhostia Fills de la nit, presentem al Senyor les nostres pregàries, amb l'esperança que seran escoltades. Preguem després de fotre'ns cada xarrup tot dient: VOLEM FARRA, SENYOR. 🙏✕ #lhostia #somlhostia #✕ #ratafiahardcore #ratafia #somlacre macatalana #ratafiaomort #canvirgili

8 sem

tododesign ❤️❤️
8 sem 1 Me gusta Responder

tietalelia 🙏👊
8 sem 1 Me gusta Responder

325 Me gusta

14 DE FEBRERO

Añade un comentario... [Publicar](#)

Ratafia hardcore	cultural o literària	lèxic del licor	
Resa quatre parenostres i tres avemaries i potser, i només potser, apareixerà al teu bar	cultural o literària	lèxic del licor	
sacsejant una copa de conyac	cultural o literària	lèxic del licor	
xarrup	cultural o literària	lèxic del licor	
Per tant, no és d'estranyar que es prengui així en la terra com es fa en el cel	cultural o literària	lèxic religiós	pegària
Com si baixés la verge	cultural o literària	lèxic religiós	personatge
dels monjos de l'Abadia de Montserrat,	cultural o literària	lèxic religiós	personatge
destil·lats per frares experts	cultural o literària	lèxic religiós	personatge
Ell és Mossèn Hilari , i el seu licor és L'Hòstia.	cultural o literària	lèxic religiós	personatge
Es veu a sant Hilari ,	cultural o literària	lèxic religiós	personatge
jove escolanet	cultural o literària	lèxic religiós	personatge
l'esperit de Mossèn Cinto Verdaguer	cultural o literària	lèxic religiós	personatge
L'Abat de Montserrat	cultural o literària	lèxic religiós	personatge
L'autèntic i genuí elixir que ens deslliurarà de qualsevol mal	cultural o literària	lèxic religiós	pregària
Resa quatre parenostres i tres avemaries i potser, i només potser, apareixerà al teu bar	cultural o literària	lèxic religiós	pregària
així en la terra com es fa en el cel	cultural o literària	lèxic religiós	
Al Mossèn Hilari no se'l crida, se l'invoca	cultural o literària	lèxic religiós	
Al Mossèn Hilari no se'l crida, se l' invoca	cultural o literària	lèxic religiós	
amb el seu licor diví	cultural o literària	lèxic religiós	
Amén	cultural o literària	lèxic religiós	
Amén	cultural o literària	lèxic religiós	
descendirà de les muntanyes sagrades	cultural o literària	lèxic religiós	
El Mossèn Hilari és el portador a la terra de la voluntat de nostro Senyor	cultural o literària	lèxic religiós	
el portador del miracle	cultural o literària	lèxic religiós	
el Sant Greal, calze de la vida eterna.	cultural o literària	lèxic religiós	

Entrant en aquesta pàgina, acceptes les polítiques de privacitat, de cookies i honrar a en **Mossèn Hilari** amb la teva vida. **Amén.**

Festes salvatges capitanejades pel bo d'en **mossèn Hilari**

L'**enviat diví**

L'**esperit** de Mossèn Cinto Verdagner

L'Hòstia és un licor **celestial**

Les festes de L'Hòstia són una **epifania**

L'**espai sagrat** a internet on comprar

L'Hòstia sagrada

licor **miraculós**

mossèn

no buscava el Sant Greal, sino l'elixir de propietats **divines i miraculoses**

petit **escolanet**

Si continues llegint, vindrà el **Mossèn Hilari** i t'arrençarà els ulls.

Una **aparició divina**

una **parcel·la al cel**

a **Montserrat**

decideix visitar l'**Abadia de Montserrat**

dels monjos de l'**Abadia de Montserrat**,

dels *pijos* indepes de **la Bonanova**.

es van personar a l'**Abadia** disposats a robar el manuscrit

I si mai **Catalunya** et necessita

i transportats des de **Montserrat** a través d'un túnel subterrani

amb una branca de **la fageda d'en Jordà**.

excavat amb les baquetes del **Timbaler del Bruc**

L'Hòstia és més catalana que **Guifré el Pilós**

Plors de **la Moreneta**

que escolten la **Núria Feliu** a tot drap.

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lèxic religiós

lloc de Catalunya

lloc de Catalunya

lloc de Catalunya

lloc de Catalunya

lloc de Catalunya

lloc de Catalunya

lloc de Catalunya

referència cultural catalana

referència cultural catalana

referència cultural catalana

referència cultural catalana

referència cultural catalana

celebritat/personatge

celebritat/personatge

celebritat/personatge

celebritat/personatge

celebritat/personatge

fotos	lingüística	formació de mots	abreviació
logos	lingüística	formació de mots	abreviació
Hostietes	lingüística	formació de mots	derivació
La nostra ratafia no és una sopeta	lingüística	formació de mots	derivació
L'Hostieta	lingüística	formació de mots	derivació
petit escolanet	lingüística	formació de mots	derivació
[ingredients], i fins aquí	lingüística	interjecció	
Doncs això, coi!	lingüística	interjecció	
fes país, collons!	lingüística	interjecció	
Però es diu L'Hòstia, oi?	lingüística	interjecció	
Ratafia a la discoteca? A on, si no?	lingüística	interjecció	
Descarrega mandanga de la bona	lingüística	manlleu	adaptat
Vull rebre els vostres emailings	lingüística	manlleu	adaptat
Dosificador hardcore	lingüística	manlleu	anglès
Entrant en aquesta pàgina, acceptes les polítiques de privacitat, de cookies i honrar a en Mossèn Hilari amb la teva vida. Amén.	lingüística	manlleu	anglès
Pack "Per cremar-ho tot"	lingüística	manlleu	anglès
perquè se que no seran spam	lingüística	manlleu	anglès
presskits	lingüística	manlleu	anglès
Ratafia hardcore	lingüística	manlleu	anglès
Ruleta hardcore	lingüística	manlleu	anglès
dels pijos indepes de la Bonanova.	lingüística	manlleu	castellà
I allà dalt hi carda més fred que a la puta Sibèria	lingüística	verb genuí català col·loquial	
[procès d'elaboració] i ens asseiem en un divan francès neoclàssic	lingüística	verb genuí català col·loquial	
per admirar com us la foteu	lingüística	verb genuí català col·loquial	
Deixa de fotre't xarrups de collonades estrangeres	lingüística	verb genuí català col·loquial	
fotent glopada	mixta	expressió argòtica	
fes país, collons!	mixta	expressió argòtica	
Festes salvatges capitanejades pel bo d'en mossèn Hilari			

L'Hòstia és més catalana que Guifré el Pilós	mixta	expressió argòtica	
Les festes de L'Hòstia són una epifania	mixta	expressió argòtica	
licor extrem	mixta	expressió argòtica	
Pack " Per cremar-ho tot "	mixta	expressió argòtica	
per saber on es repartiran hòsties	mixta	expressió argòtica	
que no és una puta merda	mixta	expressió argòtica	
Ell és Mossèn Hilari, i el seu licor és L'Hòstia.	mixta	figura retòrica	doblet sentit
Estigues atent a @somlhostia	mixta	figura retòrica	doblet sentit
i moltes Hòsties	mixta	figura retòrica	doblet sentit
per saber on es repartiran hòsties	mixta	figura retòrica	doblet sentit
Vull Hòsties al meu local	mixta	figura retòrica	doblet sentit
«Corre fill meu, amaga el nostre secret diví.	mixta	figura retòrica	metàfora
Himmler sabia que amb l'ajuda d'aquest licor miracuós les tropes nazis serien imparables	mixta	figura retòrica	metàfora
L'Hòstia és un licor per animals nocturns.	mixta	figura retòrica	metàfora
la fórmula del licor miraculós	mixta	figura retòrica	metàfora
La nostra ratafia no es beu vestint batí i	mixta	figura retòrica	metàfora
L'autèntic i genuí elixir que ens deslliurarà de qualsevol mal	mixta	figura retòrica	metàfora
L'espai sagrat a internet on comprar una parcel·la al cel del Nirvana català.	mixta	figura retòrica	metàfora
no buscava el Sant Greal, sino l' elixir de propietats divines i miraculoses	mixta	figura retòrica	metàfora
L'Hòstia en ratlla	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
Ratafia o mort	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
Ratafia o Mort	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
Sarró Ortografia o Mort	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
encarregat de custodiar la fórmula secreta de la nostra ratafia	mixta	figura retòrica	
d'un sol glop	mixta	frase feta	
avall que fa baixada	mixta	frase feta	

Freda de pebrots	mixta	frase feta
L'Hòstia en flames	mixta	frase feta
que escolten la Núria Feliu a tot drap.	mixta	frase feta
collons	mixta	renec / insult
Deixa de fotre't xarrups de collonades estrangeres	mixta	renec / insult
Doncs això, coi!	mixta	renec / insult
fes país, collons!	mixta	renec / insult
Hòsties	mixta	renec / insult
Hostietes	mixta	renec / insult
L'Hòstia	mixta	renec / insult
L'Hòstia	mixta	renec / insult
L'Hostieta	mixta	renec / insult
no apte per a botiflers	mixta	renec / insult
Però amb puta ratafia	mixta	renec / insult
que a la puta Sibèria.	mixta	renec / insult
que no és una puta merda	mixta	renec / insult
Que pixa ratafia	mixta	renec / insult

ANNEX 3. CORPUS XARXES SOCIALS

DADES

El primer xarrup us **condemnarà** a Ratafia o Mort.

El dia que el van parir per primer cop vam pensar a **cremar-los per traïció**

Tornarem a sortir. Tornarem a mamar. Tornarem a **vèncer**.
es va **revoltar** contra el seu rei

Les **tropes re[i]als** el van enxampar

Si algun inconscient a la sala té ganes de **revoltar-se** bevent
collonades estrangeres, que aixequi el dit!

Ratafia hardcore

Licor miraculós

en forma de **xarrup**

gots de xarrup

“Mossèn Hilari ressuscità de la **ressaca** el tercer dia, com deien ja
les Escripures, i s’aparegué als seus deixebles tot dient:

Amunt els gots.

L'Hostieta és la Catalunya en miniatura de la **ratafia** hardcore.

Un passeig llegendari pel nirvana català en format reduït i **d’un sol glop**

que tenim el **#cava** en fresc a la nevera!

que tenim el **#cava en fresc** a la nevera!

Ratafia és nom de dona.

La **cremor** que sents quan t’**empasses** l’Hòstia no és res més que
l’alè de Mossèn Hilari **travessant-te la gola**.

després d’una **glopada** de ratafia

per subministrar el nostre **licor** sagrat

Licor **miraculós**

TIPUS D'ETIQUETA

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

cultural o literària

ETIQUETA

lèxic bèl·lic

lèxic bèl·lic

lèxic bèl·lic

lèxic bèl·lic

lèxic bèl·lic

lèxic bèl·lic

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic del licor

lèxic religiós

SUBETIQUETA

adjectiu

comprar aquest pack celestial	cultural o literària	lèxic religiós	adjectiu
amb aquesta eina celestial podreu mamar en companyia	cultural o literària	lèxic religiós	adjectiu
amb l'única xeringa sagrada que cura tots els mals,	cultural o literària	lèxic religiós	adjectiu
sobreviuen com poden foten[t] aquestes mescles miraculoses i			
meravelloses	cultural o literària	lèxic religiós	adjectiu
del nostre líquid sagrat	cultural o literària	lèxic religiós	adjectiu
La Ruleta Hardcore, el nostre pack celestial amb ruleta	cultural o literària	lèxic religiós	adjectiu
El Viacrucis de L'Hòstia	cultural o literària	lèxic religiós	Bíblia
consta de cinc estacions	cultural o literària	lèxic religiós	Bíblia
El segon xarrup caurà sobre vostre com el pes d' una creu .	cultural o literària	lèxic religiós	Bíblia
El quart xarrup us crucificarà la gola.	cultural o literària	lèxic religiós	Bíblia
Lectura de la 1a carta hardcore als Corintis 15, 4-5.	cultural o literària	lèxic religiós	Bíblia
" Mossèn Hilari ressuscità de la ressaca el tercer dia , com deien ja	cultural o literària	lèxic religiós	Bíblia
les Escriptures , i s'aparegué als seus deixebles tot dient:	cultural o literària	lèxic religiós	Bíblia
Avui és nit de Sant Sopar i una cosa us volem recordar:	cultural o literària	lèxic religiós	figura
Els elevem al Senyor.	cultural o literària	lèxic religiós	figura
després que Mossèn Hilari el ruixés	cultural o literària	lèxic religiós	
La cremor que sents quan t'empasses l'Hòstia no és res més que	cultural o literària	lèxic religiós	figura
l'alè de Mossèn Hilari travessant-te la gola.	cultural o literària	lèxic religiós	figura
Se'ns ha aparegut la Verge Maria	cultural o literària	lèxic religiós	
la vostra ànima hardcore serà lliure de per vida.	cultural o literària	lèxic religiós	
la Creu sagrada	cultural o literària	lèxic religiós	
Fills meus , no estava mort, estava de parranda."	cultural o literària	lèxic religiós	
La creu sagrada que guiarà el vostre camí al nirvana català.	cultural o literària	lèxic religiós	
Feta de fusta extreta de la mismíssima creu del senyor	cultural o literària	lèxic religiós	
" A la taula d'en Mossèn Hilari , fill de puta qui no se l'acabi.	cultural o literària	lèxic religiós	
Pequem?	cultural o literària	lèxic religiós	
Són les mans sagrades	cultural o literària	lèxic religiós	
el mismíssim Mossèn Hilari el va beneir	cultural o literària	lèxic religiós	

Un passeig llegendari pel nirvana català en format reduït i d'un sol glop	cultural o literària	referència cultural no catalana
des de les ulleres d'en Nobita	cultural o literària	referència cultural no catalana
la ratafia rajará a més velocitat que el xut de Koeman a la final de Wembley	cultural o literària	referència cultural no catalana
per rebentar als romans	cultural o literària	referència històrica
i celebrar-ho amb una bacanal de senglars i ratafia	cultural o literària	referència històrica
a la França de Lluís XIV, cap allà el 1643	cultural o literària	referència històrica
Ens podreu confinar comarcalment , però no podreu contra el nostre medicament.	cultural o literària	ús de l'actualitat
Noves dosis ja disponibles	cultural o literària	ús de l'actualitat
Heu sigut tants els fills de la nit que heu volgut vacunar-vos massivament	cultural o literària	ús de l'actualitat
Aviat arribaran noves dosis	cultural o literària	ús de l'actualitat
Però una puta pandèmia no podrà amb nosaltres	cultural o literària	ús de l'actualitat
Ahir no va entrar la pilota.	cultural o literària	ús de l'actualitat
VISCA EL BARÇA!	cultural o literària	ús de l'actualitat
Catalunya serà feminista o no serà	cultural o literària	ús de l'actualitat
per culpa de la pandèmia dels collons	cultural o literària	ús de l'actualitat
Com que sabem que avui en dia això de les vacunes és un tresor molt preuat, sortegem 2 packs de medicament hardcore	cultural o literària	ús de l'actualitat
Fills meus, no estava mort, estava de parranda. ”	lingüística	calc sintàctic
acabant amb un bany de masses a l'escenari	lingüística	calc sintàctic
practiqueu el bukkake de ratafia vosaltres mateixos	lingüística	calc sintàctic
uns quarts de final d'infart	lingüística	calc sintàctic
sobreviuen com poden foten[t] aquestes mescleres miraculoses i meravelloses	lingüística	error ortogràfic
Les tropes re[i]als el van enxampar	lingüística	error ortogràfic

Deixeu un comentari etiquetant a una persona digne de rebre el vostre regal si guanyeu.	lingüística	error sintàctic	
Anunciarem a la persona afortunada a stories i en aquesta mateixa publicació per decidir qui tomba a qui a xarrups de l'Hòstia	lingüística	error sintàctic	
link a la bio	lingüística	error sintàctic	
El tercer xarrup us despullarà de botiflerisme .	lingüística	formació de mots	abreviació
L'Hostieta és la Catalunya en miniatura de la ratafia hardcore.	lingüística	formació de mots	derivació
gràcies a l'àcid anti-botiflèric	lingüística	formació de mots	derivació
cada vegada més superfort	lingüística	formació de mots	derivació
per 24,95 misericordiables euros	lingüística	formació de mots	derivació
Tots tenim un col·lega que parkinsoneja fort i vessa els xarrups del superfort	lingüística	formació de mots	derivació
Feta de fusta estreta de la mismíssima creu del senyor el mismíssim Mossèn Hilari el va beneir	lingüística	formació de mots	derivació
Deixeu un comentari etiquetant a una persona digne de rebre el vostre regal si guanyeu.	lingüística	manlleu	adaptat
Ratafia hardcore	lingüística	manlleu	adaptat
la vostra ànima hardcore serà lliure de per vida.	lingüística	manlleu	anglès
comprar aquest pack celestial	lingüística	manlleu	anglès
Lectura de la 1a carta hardcore als Corintis 15, 4-5.	lingüística	manlleu	anglès
així en la barra com es fa en la rave	lingüística	manlleu	anglès
SAMARRETES HARDCORE!	lingüística	manlleu	anglès
Anunciarem a la persona afortunada a stories i en aquesta mateixa publicació	lingüística	manlleu	anglès
link a la bio	lingüística	manlleu	anglès
L'Hostieta és la Catalunya en miniatura de la ratafia hardcore .	lingüística	manlleu	anglès
ARRIBA LA GRAN FINAL DE L'HÒSTIA FIGHTER	lingüística	manlleu	anglès
a stories	lingüística	manlleu	anglès

on van destacar el KO tècnic	lingüística	manlleu	anglès
La Ruleta Hardcore, el nostre pack celestial amb ruleta	lingüística	manlleu	anglès
per lluir una de les nostres èpiques samarretes hardcore	lingüística	manlleu	anglès
fent el mojito de L'Hòstia	lingüística	manlleu	castellà
es fotia una " juerga catalana" d'una setmana sencera	lingüística	manlleu	castellà
VOLEM FARRA, SENYOR	lingüística	manlleu	castellà
practiqueu el bukkake de ratafia vosaltres mateixos	lingüística	manlleu	japonès
i la victòria in extremis d'un Josmar	lingüística	manlleu	llatí
Mamem.	lingüística	verb genuí català col·loquial	
amb aquesta eina celestial podreu mamar en companyia	lingüística	verb genuí català col·loquial	
Mamem."	lingüística	verb genuí català col·loquial	
que cada cop que en fotem una nova remesa, ens deixeu secs amb			
dos dies.	lingüística	verb genuí català col·loquial	
fotent una puta poció màgica	lingüística	verb genuí català col·loquial	
per rebenar als romans	lingüística	verb genuí català col·loquial	
El dia que el van parir per primer cop vam pensar a cremar-los per			
traïció	lingüística	verb genuí català col·loquial	
després de cardar -se'n mitja dotzena	lingüística	verb genuí català col·loquial	
sobreviuen com poden foten [t] aquestes mescles miraculoses i			
meravelloses	lingüística	verb genuí català col·loquial	
Mamem.	lingüística	verb genuí català col·loquial	
es fotia una "juerga catalana" d'una setmana sencera	lingüística	verb genuí català col·loquial	
Tornarem a sortir. Tornarem a mamar . Tornarem a vèncer.	lingüística	verb genuí català col·loquial	
Mamem i cremem-ho tot sense pietat.	lingüística	verb genuí català col·loquial	
Que comenci l'espectacle i que mami el millor!	lingüística	verb genuí català col·loquial	
fot un any que	lingüística	verb genuí català col·loquial	
Preguem després de fotre'ns cada xarrup tot dient	lingüística	verb genuí català col·loquial	
Demostreu que en sou dignes	mixta	expressió argòtica	
El podeu comprar per 19,95 miserables euros	mixta	expressió argòtica	

No en sou dignes	mixta	expressió argòtica	
"A la taula d'en Mossèn Hilari, fill de puta qui no se l'acabi .	mixta	expressió argòtica	
que cada cop que en fotem una nova remesa, ens deixeu secs amb dos dies.	mixta	expressió argòtica	
en aquests temps de merda que corren	mixta	expressió argòtica	
feu "m'agrada" a la publicació	mixta	expressió argòtica	
Deixeu un comentari etiquetant a una persona digne de rebre el vostre regal si guanyeu.	mixta	expressió argòtica	
Lluny queden ja aquelles nits èpiques	mixta	expressió argòtica	
Un passeig legendari pel nirvana català en format reduït i d'un sol glop	mixta	expressió argòtica	
en casos de crisis existencials d'identitat	mixta	expressió argòtica	
fonent-li la cara de pispa tita-fluixa que té	mixta	expressió argòtica	
per culpa de la pandèmia dels collons	mixta	expressió argòtica	
Tots tenim un col·lega que parkinsoneja fort i vessa els xarrups	mixta	expressió argòtica	
Tots tenim un col·lega que parkinsoneja fort i vessa els xarrups	mixta	expressió argòtica	
per lluir una de les nostres èpiques samarretes hardcore	mixta	expressió argòtica	
la ratafia rajarà a més velocitat que el xut de Koeman a la final de Wembley	mixta	figura retòrica	comparació
Si algun inconscient a la sala té ganes de revoltar-se bevent collonades estrangeres, que aixequi el dit!	mixta	figura retòrica	doblet sentit
les nostres màquines dispensadores d'Hòsties	mixta	figura retòrica	doblet sentit
I si el cinquè no us enterra ,	mixta	figura retòrica	metàfora
Ens podreu confinar comarcalment, però no podreu contra el nostre medicament .	mixta	figura retòrica	metàfora
Aviat arribaran noves dosis	mixta	figura retòrica	metàfora
fotent una puta poció màgica	mixta	figura retòrica	metàfora
del nostre líquid sagrat	mixta	figura retòrica	metàfora
de l' incombustible Jair Domínguez	mixta	figura retòrica	metàfora

Com que sabem que avui en dia això de les vacunes és un tresor molt preuat, sortegem 2 packs de medicament hardcore	mixta	figura retòrica	metàfora
El primer xarrup us condemnarà a Ratafia o Mort .	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
Bon cop de raig, bevedors de la terra!	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
L'Hòstia Forte , 500 ml per alleujar qualsevol tonteria.	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
així en la barra com es fa en la rave	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
Que comenci l'espectacle i que mami el millor!	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
amb l'Hòstia Forte	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
gràcies a l' àcid anti-botiflèric	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
SAMARRETA O MORT	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
amb aquesta eina celestial podreu mamar en companyia	mixta	figura retòrica	paral·lelisme
Ratafia és nom de dona.	mixta	figura retòrica	
S'acosta la primavera i la sang se'ns altera	mixta	frase feta	
perquè la regali a qui li doni la santa gana	mixta	frase feta	
Un passeig llegendari pel nirvana català en format reduït i d'un sol glop	mixta	frase feta	
que tenim el #cava en fresc a la nevera!	mixta	frase feta	
amb un fetge d'acer	mixta	frase feta	
sobre un Joan Laporta a tot gas	mixta	frase feta	
que fotin el camp de Catalunya	mixta	frase feta	
on va destacar el frec a frec fins a l'últim moment	mixta	frase feta	
perquè et caigui del cel	mixta	frase feta	
Com que sabem que avui en dia això de les vacunes és un tresor molt preuat, sortegem 2 packs de medicament hardcore	mixta	frase feta	
L'Hòstia de Can Virgili	mixta	renec / insult	
fotent una puta poció màgica	mixta	renec / insult	
perquè la regali a qui li doni la santa gana	mixta	renec / insult	
Però una puta pandèmia no podrà amb nosaltres	mixta	renec / insult	

Si algun inconscient a la sala té ganes de revoltar-se bevent		
collonades estrangeres, que aixequi el dit!	mixta	renec / insult
L'Hostieta és la Catalunya en miniatura de la ratafia hardcore.	mixta	renec / insult
orgull per un equip que s'hi va deixar la puta pell	mixta	renec / insult
fonent-li la cara de pispa tita-fluixa que té	mixta	renec / insult
per culpa de la pandèmia dels collons	mixta	renec / insult
de tot el puto planeta	mixta	renec / insult
Està ordenant als pixapins de l'Eixample i als botiflers	mixta	renec / insult