

RECURSOS LINGÜÍSTICS EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Recursos Lingüístics en Publicitat i RP		
2. Àrea	Filologia Catalana	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal</i>	<i>Obligatòria</i>	<i>Optativa x</i>
4. Crèdits (ECTS)	3		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

- a. L'objectiu de l'assignatura és capacitar l'alumne en la realització de missatges verbals correctes, efectius i adequats als objectius, al registre i al suport, mitjançant els recursos lingüístics disponibles.
- b. Aquests recursos són els següents: la tria del model textual, del codi o codis, del registre, de l'estructura sintàctica, dels elements cohesionadors, del vocabulari corrent i de la neologia lèxica i/o terminològica, de la fraseologia, de les figures retòriques de més rendiment, de les transgressions volgudes. i de la incidència del context comunicatiu.
- c. L'assignatura s'emmarca en els ensenyaments per obtenir algunes de les habilitats pròpies del perfil 2 (Creatiu, dissenyador i gestor de Producció en publicitat i en relacions públiques), concretament, les habilitats lingüístiques .

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Bloc 1 Anàlisi dels marcs seqüencials

Bloc 2 Estructura sintàctica

Frase vs fragment
Elements cohesionadors
Referència i connectors
Sintaxi i registres lingüístics.

Bloc3 Lèxic

Corrent, específic d'un camp nocional, neologia lèxica i terminològica.
Lèxic i registres lingüístics.

Bloc 4 La desviació lingüística com a forma de creativitat

Bloc 5 Pressuposicions i implicacions pragmàtiques

2. Bibliografia comentada:

- BADIA, Antoni M. (1994): Gramàtica de la llengua catalana. Descriptiva, normativa, diatòpica, diastràtica. Enciclopèdia Catalana.
- BARTHES, Roland (1964): "Rhétorique de l'image", a Communications, 4.
- BASSOLS, M. (2001): Les claus de la pragmàtica. Eumo Editorial, Vic
- BASSOLS, M; TORRENT, A.M. (1996): Models textuels. Teoria i pràctica. Eumo. Vic.
- BURDEUS, Maria Dolores, et al., eds. (1997): La Diversitat discursiva . : Publicacions de la Universitat Jaume I, Castelló de la Plana
- CABRÉ, T., RIGAU, G. (1986): Lexicologia i semàntica. Enciclopèdia Catalana.
- CASTELLÀ, Josep M. (1992): De la frase al text. Empúries, Barcelona.
- CASTELLANOS, Josep-Anton (1993): Manual de pronunciació. Eumo. Vic.
- Enciclopèdia Catalana (2005): Gran Diccionari de la Llengua Catalana. Barcelona. <http://www.grec.net/home/cel/dicc.htm> (Enciclopèdia Catalana, Gran Diccionari de la Llengua Catalana)
- FERRAZ, Antonio (1993): El lenguaje de la publicidad. Arco/Libros. Madrid.
- FONTANIER, Pierre (1977): Les figures du discours. Flammarion, Paris.
- GRUNIG, Blanche (1990): Les mots de la publicité. Presses du CNRS.
- Institut d'Estudis Catalans (1997): Documents normatius (1962-1996). Institut d'Estudis Catalans, Barcelona.
- Institut d'Estudis Catalans (1995): Diccionari de la llengua catalana. Edicions 3 i 4, Edicions 62, Editorial Moll, Enciclopedia Catalana, Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- <http://pdl.iecat.net/entrada/diec.asp> (Institut d'Estudis Catalans, Diccionari de la llengua catalana).
- JOUVÉ, M. (1991): La communication publicitaire. Breal. Montreal.
- MARTÍNEZ, Quilo (1996): Aprenquem a llegir la publicitat. Eumo. Vic.
- MYERS, Greg (1994): Words in Ads. Edward Arnold, London, Melbourne, Auckland.
- PALOMA, David; RICO, Albert (2005): No et confonguis! Diccionari de mots que es confonen. Empúries. Barcelona.
- REBOUL, Olivier (1975): Le slogan. Éditions Complexe, Bruxelles.
- RUAIX, Josep (1996): Diccionari auxiliar. Moià.
- SABATÉ, Joan (1999): La publicitat en català. Pòrtic, Barcelona.
- SÁNCHEZ CORRAL, L. (1991): Retórica y sintaxis de la publicidad. Universidad de Córdoba.
- SOLÀ, Joan, et al., eds.(2002): Gramàtica del Català Contemporani, 3 vols. Empúries, Barcelona.
- Televisió de Catalunya (1995): El català a TV3. Llibre d'estil. TV3 i Edicions 62, Barcelona.
- TORRENT, Anna M. (1993): "Notes sobre la presència de la llengua castellana en els anuncis catalans", a Actes del IXè Col.loqui de l'AILLC (Alacant, 1991).
- TORRENT, Anna M. (1996): "La locució dels anuncis", a Escola catalana, núm. 333 (octubre), p. 8 a 11.
- TORRENT, Anna M. (1998): "Recursos lingüístics i argumentació en els anuncis televisius de productes de neteja: del tòpic a la impertinència", a Llengua & Literatura, 9, p. 235 a 245.
- TORRENT, Anna M. (1999): La llengua de la publicitat. Publicacions de l'Abadia de Montserrat, Barcelona.
- TORRENT, Anna M.,ed.(2004): Els anuncis de la premsa. El món de la publicitat i la propaganda. Eumo Editorial, Vic.
- VÁZQUEZ, Ignacio, ALDEA, Santiago (1991): Estrategia y manipulación del lenguaje. Universidad de Zaragoza.
- VINYES, Toni (1994): Guia pràctica de la publicitat. Columna, Girona.

Portals de consulta en línia

<http://esadir.com> ('És a dir', portal lingüístic de la CCRTV)

<http://www.uoc.edu/serveilinguistic/home/index.html> (Servei Lingüístic de la UOC)

<http://www.termcat.net> (Termcat, per accedir al servei 'Cercaterm')

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

Bloc 1: Anàlisi dels marcs seqüencials: argumentació, descripció, narració, explicació i diàleg.

Document de lectures obligatòries

Exposicions

Informe d'un cas pràctic

Bloc 2: Estructura sintàctica: frase vs fragment; elements cohesionadors: referència i connectors. Sintaxi i entonació. Sintaxi i registres lingüístics.

Document de lectures obligatòries

Exercicis d'anàlisi d'estructures sintàctiques en textos orals i escrits.

Bloc3: Lèxic: corrent, específic d'un camp nocional, neologia lèxica i terminològica, fraseologia. Lèxic i registres lingüístics.

Document de lectures obligatòries

Exposicions

Exercicis de substitució lèxica

Bloc 4: La desviació lingüística com a forma de creativitat

Document de lectures obligatòries

Informe d'un cas pràctic

Bloc 5: Pressuposicions i implicacions pragmàtiques

Document de lectures obligatòries

Exposicions

Exercicis de detecció del context

En les exposicions es tindrà en compte:

La coherència i lògica en l'argumentació de la interpretació dels resultats.

El coneixement i la documentació sobre el tema tractat

L'ús adequat del llenguatge

En la realització de "l'informe del cas pràctic" es valorarà:

L'aplicació competent de la informació rebuda

L'ús d'un llenguatge adequat

En els diferents exercicis es valorarà:

La bona realització, exponent de la comprensió de cada tema

La demostració i el raonament sobre les solucions elegides

L'ús adequat del llenguatge

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Comunicació</i>	Comunicació oral i escrita (expressió i comprensió)
<i>Científic</i>	Anàlisi i síntesi
<i>Artístic i de la creativitat</i>	Creativitat
<i>Tecnològic</i>	Domini d'eines tecnològiques i informàtiques
<i>Interpersonals</i>	Treball en equip
<i>Valors estètics</i>	Desenvolupar la sensibilitat estètica
<i>Desenvolupament de l'autoaprenen-tatge</i>	Capacitat d'aprenentatge autònom i continu

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Prova diagnòstica inicial	0% de la nota final.	Exercici-test per determinar el nivell lingüístic de l'alumne.
Anàlisi dels marcs seqüencials	20% de la nota final.	Exposició a l'aula, aplicant la teoria en missatges publicitaris difosos en diversos suports.
Estructura sintàctica	20% de la nota final.	Prova escrita d'anàlisi de diversos anuncis. Exercicis de reducció i d'amplificació del text.
Bloc3: Lèxic	20% de la nota final.	Prova d'opció múltiple de selecció del lèxic en un context determinat.
La desviació lingüística com a forma de creativitat	20% de la nota final.	Exercicis de detecció de desviacions lingüístiques voluntàries en textos publicitaris actuals i discriminació de les diferències respecte de les desviacions involuntàries. Exercicis de creació de textos amb desviacions lingüístiques.
Pressuposicions i implicacions pragmàtiques	20% de la nota final.	Exposició sobre el valor del context extratextual del missatge publicitari.

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatiu, complementa a la general d'assignatura)

Contingut per blocs temàtics	Competències escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	