

LLENGUATGE PUBLICITARI EN CATALÀ

Temari

La llengua catalana en el món de la publicitat. Autonomia del llenguatge publicitari en català: justificació.

La receptivitat popular a la publicitat en llengua catalana. Factors que hi intervenen (Socio-polítics, ideològics, psicològics, de classe social, de la cultura de la llengua, de consciència de valor i utilitat).

La literatura publicitària i la correcció de la llengua: la problemàtica actual.

Característiques del català des del punt de vista de la literatura publicitària. Valors absoluts: contundència, brevetat, claredat. Valors relatius: familiaritat, popularitat. Limitacions: els condicionaments i influències exteriors, la desorientació popular, l'hàbit insuficient de la lectura.

El problema del llenguatge de masses en català. La zona d'equidistància entre la llengua culta i la llengua envilida: el llenguatge popular viu en ús.

El llenguatge publicitari en català, des del punt de vista expressiu i persuasiu, en les situacions següents:

Entrevistes personals.

Premsa diària.

Revistes.

Cinema.

Ràdio. (Atenció a la correcta elocució oral).

Televisió. " " " " " "

Publicitat exterior. (cartells, posters, avisos, a les parets, tanques, columnes, targes, camps d'esport, carreteres, vehicles- públics i d'empreses-, etc.)

Publicitat directa. (diferenciada i no diferenciada): prospectes, circulars, cartes, octavilles, fascicles, plec, fullets, etc.

Reclams. (Objectes d'ús personal, d'escriptori, calendaris, agendes, etc.)

Publicitat al punt de venda. (Aparadors, "displays". etc.)

Altres tipus diversos: (el camió-altaveu, l'avió amb cua d'anunci, tota la resta de mitjans possibles de fer publicitat).

Els girs genuïns de la llengua viva, eficaços publicitàriament.
Estudi, valoració i dosificació.

Els models literaris.

La col·laboració de la retòrica publicitaria.

La censura implícita i l'explícita

Exercicis constants de:

Redacció inventiva.

Adaptació de textos d'altres llengües.

Us de girs, eslògans, frases vives, populars i correctes.

Traducció simple.

LLENGUATGE PUBLICITARI EN CATALÀ

a cura d'Albert Gasulla i Angla

Les classes, amb el petit grup assistent, són eminentment pràctiques.

Es realitzen treballs (campanys, textos, etc.) i, un mes abans d'acabar el curs, farem un treball col·lectiu, tenint en compte que es fàcil comprovar la participació dels alumnes, degut a la reduïda assistència.