

**Nom de la llicenciatura(es):**

Publicitat i Relacions Pùbliques

**Curs:**

1995-96

**Denominació oficial de l'assignatura:**

RECURSOS LINGÜÍSTICS EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLICITAT

**Codi:**

20710

**Nombre de crèdits (teoria pràctica):**

5 ( 1 teòric + 4 pràctics)

**Semestre:**

4rt Curs

2 Semestre

**Professor(s) responsable(s):**

Anna M. Torrent

**Objectius:**

Anàlisi i valoració i de les estratègies verbals utilitzades en la publicitat. Utilització dels diferents recursos lingüístics disponibles per fer missatges efectius i adequats als objectius, el registre i el suport.

**Temari:**

1. Seqüencialitat predominant en els anuncis.- Característiques dels anuncis amb seqüencialitat descriptiva, explicativa, narrativa, argumentativa i dialogal-conversacional.- El condicionament del suport.

2. La injunció.- La 2a persona pronominal i l'Imperatiu.- Les fòrmules interrogatives.- Les fòrmules exclamatives.

3. Els criteri d'adequació lingüística i el significat afegit.- La selecció d'una varietat lingüística.- L'estàndard central i les altres varietats.- La selecció del registre.- La selecció d'un altre codi lingüístic.- La mescla de codis, de varietats o de registres.

4. Característiques fonètiques.- La pronunciació incorrecta.- La pronunciació meticulosa i emfàtica.- La pronunciació relaxada i vulgar.- Les pauses, el ritme i l'entonació.

5. Característiques gramaticals.

La frase simple.- Tipus de subjecte.- Tipus de verbs: temps i modes més usats.- Tipus de complements.

La frase composta.- Tipologia i connectors.- La juxtaposició.- La coordinació.- La subordinació.

6. Característiques lèxiques.- Neologismes per adaptació, derivació o composició.- Arcaïsmes.- Col.loquialismes.- Argot.- Eufemismes i mots "tabú".- Locucions i frases fetes: pròpies i modificades.- Mots de significat positiu.- Estrangerismes.-ús de sigles i acrònims.

7. La cohesió textual.- L'anàfora.- L'ús dels connectors.- La cohesió lèxica: repetició i substitució.

8. El criteri de coherència.- Coneixement compartit per emissor i receptor: inferències pragmàtiques.- Valor dels deïctics.- Articulació tema-remà.

9. Els recursos retòrics.- L'argumentació per inducció, deducció o analogia.- La "dispositio".- Les figures i els trets més utilitzats.- Altres procediments retòrics.

10. Anuncis catalans i traducció.- La interferència lingüística.- Principals dificultats del traductor d'un text publicitari.

**Bibliografia (\* = bàsica):**

- (\*) ADAM, J.M. (1992): *Les textes: types et prototypes*. Nathan. parís.

- ALBRIGHT, J. (1992): *Creating the Advertising Message*. Mayfield Publ. Comp. California, London, Toronto.

- BADIA, A.M. (1994): *Gramàtica de la llengua catalana. Descriptiva, normativa, diatòpica, diastràtica*. Enciclopèdia catalana.

- BASSATS, L. (1993): *El libro rojo de la publicidad*. Folio

- (\*)CARBÓ, J.M. (1990): "Els argots del món juvenil aplicats al doblatge:", a *Cultura*, 13.

- (\*)CABRÉ, T., RIGAU, G. (1986): *Lexicologia i semàntica*. Enciclopèdia Catalana.

- CARDONA, D. BERASARTE, R. (1972): *Lingüística de la publicidad*. Papeles de Son Armadans.
- (\*)CASTELLANOS, J.A. (1993): *Manual de pronunciació*. Eumo Editorial.
- CEREZO, M. (1992): *Guía del redactor publicitario*. Octaedro. Barcelona.
- CHARMASSON (1988): *The Name's the Thing*. Amacom.
- COOK, G. ((1992): *The Discourse of Advertising*. London Routledge.
- CORBELLÀ, J.M. (1991): *la comunicació social a Catalunya, 1981-1991*. Generalitat de Catalunya.
- (\*)COROMINES, J. (1971): "Sobre l'elocució catalana en el teatre i en la recitació", a *Lleures i converses d'un filòleg*. Club Editor.
- DYER, G. (1982): *Advertising as Communication* . Methuen. London & New York.
- (\*)FABRA, Pompeu (1956): *Gramàtica catalana*. Teide.
- FERRAZ, A. (1993): *El lenguaje de la publicidad*. Arco Libros, Madrid.
- (\*)FONTANIER, P. (1977): *Les figures du discours*. Flammarion. París.
- GRUNIG, B. (1990): *Les mots de la publicité*. Presses du CNRS.
- HARRISON, T. (1992): *Manual de técnicas de publicidad*. Deusto.
- (\*)Institut d'Estudis Catalans (1990): *Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana. I Fonètica*.
- (\*)Institut d'Estudis Catalans (1992): *proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana. II Morfologia*.
- MYERS, Greg (1994): *Words in Ads*. Edward Arnold. London, Melbourne, Auckland.
- (\*)PAYRATÓ, L. (1985): *La interferència lingüística. Comentaris i exemples català-castellà*. Curial/ Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- REBOUL, O. (1975): *Le slogan*. Editions Complexe. Bruxelles.
- SATUÉ, E. (1985, 1988, 1990): *El llibre dels anuncis I, II, III*. Altafulla.
- SOLÀ, J (1995): *Ortotipografia*. Columna.
- SPANG, K. (1979): *Fundamentos de Retórica*. EUNSA. Navarra.

- TORRENT, A.M. (1992): "El component verbal dels missatges publicitaris", a *Actes del II Congrés de la Llengua Catalana*. Palma de mallorca
- (\*)TORRENT, A.M. (1993): "Notes sobre la presència de la llengua castellana en els anuncis catalans", a *Actes del IXè Col.loqui de l'AILLC* (Alacant).
- TV3 (1995): La llengua de TV3. Llibre d'estil
- (\*)VÁZQUEZ, I., ALDEA, S. (1991): *Estrategia y manipulación del lenguaje*. Universidad de Zaragoza.

**Pràctiques:**

1. Exercicis d'anàlisi de la llengua d'anuncis orals i escrits, reconeixement de les estratègies emprades per arribar al receptor, de l'ús d'estructures genuïnes - arcaiques, estàndard, col.loquials- o interferides, dels recursos retòrics i dels problemes que planteja la traducció.
2. Elaboració de textos per a anuncis -amb imatge o sense-, seguint diferents tipus de seqüencialitat , de fòrmules injuntives i de registre.

**Mètode d'avaluació:**

S'obtindrà l'avaluació de l'assignatura amb la nota mitjana de dues qualificacions:

- 1- la qualificació de les pràctiques fetes a classe
- 2- la qualificació d'una prova al final del curs