

Op.

4t Curs
2n sem

Nom de la llicenciatura(es):

Publicitat i Relacions Públiques

Curs:

1996-97

Denominació oficial de l'assignatura:

RECURSOS LINGÜÍSTICS DE LA PUBLICITAT EN CATALA

Codi:

20710

Nombre de crèdits (teoria i pràctica):

5 (1 teòric + 4 pràctics)

Semestre:

4rt Curs
2 Semestre

Professor(s) responsable(s):

Anna M. Torrent

Objectius:

Anàlisi i valoració 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.- La injunció.- El condicionament del suport.

2. Els criteris 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.

3. Característiques fonètiques.- La pronunciació incorrecta.- La pronunciació meticulosa i emfàtica.- La pronunciació relaxada i vulgar.- La pronunciació com a recurs retòric.- Les pauses, el ritme i l'entonació.

4. 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.

5. 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.

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

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

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

9. 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 publicitat*. Papeles de Son Armadans.
- (*)CASTELLANOS, J.A. (1993): *Manual de pronunciació*. Eumo Editorial.
- CEREZO, M. (1992): *Guia del redactor publicitari*. Octaedro. Barcelona.
- CHARMASSON (1988): *The Name's the Thing*. Amacom.
- COOK, G. ((1992): *The Discourse of Advertising*. London Routledge.
- CORBELLA, 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.
- TANAKA, K (1994): *Advertising language*. Routledge, London and NY
- 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 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 fórmules 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

M^a Eulàlia Fuentes

M^a Eulàlia FUENTES I PUJOL
Cap Unitat Filologia Catalana

Bellaterra, 12 de juny de 1996