

Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques

1998-99

Assignatura:

REDACCIÓ PUBLICITÀRIA EN CATALÀ

Codi: 20701

Crèdits: 5

Semestre: 1er.

Professor: MIQUEL ALTARRIBA

Objectiu del Cours:

Mitjançant la teoria imprescindible i la pràctica necessària, fer assolir el contingut temàtic de l'assignatura tot basant-nos en dos pilars fonamentals:

- * La importància que té el llenguatge creatiu en la comunicació publicitària.
- * La llengua catalana com a eina de treball del Redactor Creatiu.

Temari

1- Llenguatge i Publicitat

El Redactor Creatiu. Com treballa a l'agència. Qualitats i funcions d'un bon Redactor.

2- Llenguatge, Publicitat i Marketing

Definicions i situació estructural de la Redacció Publicitària en el context general del Marketing i de la Comunicació.

3- Llenguatge, Publicitat i Creació

Importància del llenguatge creatiu en la comunicació. La Redacció Publicitària com a tècnica aplicada. De la Creativitat a la Redacció Publicitària.

4- Creació Redaccional del Missatge Publicitari

Instrumentos bàsics de treball i tècniques redaccionals. Informació prèvia necessària. Creació d'eixos i temes. El concepte publicitari. Registre i estil en funció del grup objectiu, del producte, del mitjà i de la competència.

5- De la Creació a la Redacció Publicitària en Català

La Llengua Catalana com a instrument de Redacció. El català que es parla i el que s'escriu. Nivells de llenguatge. El problema del nivell de llenguatge estàndard en català. El castellà com a referent. El cas del català heavy i el català light. La competència lingüística.

6- Crear i pensar en Català

Els problemes de la traducció i l'adaptació de la publicitat pensada en altres idiomes. Els consells i les normatives de TV3 i TVE pel que fa als spots.

7- Altres aspectes de la Publicitat a Catalunya

Mitjans i suports per a la publicitat en català. La societat catalana com a receptora de missatges publicitaris. L'estrany cas de la resposta hiperemocional.

8- Llenguatge i Text

El llenguatge publicitari com a valor afegit d'un producte i d'una marca. El llenguatge venedor. Les frases obligades. Els típics tòpics de la Redacció Publicitària. La Redacció segons el tipus de campanya.

9- L'adaptació del Text-eix a les diverses peces d'una Campanya

El text i les seves característiques en funció del mitjà.

- * Els tipus d'anunci de premsa (l'art-work).
 - * El llenguatge de les revistes i característiques que cal tenir en compte a l'hora de redactar.
 - * El missatge radiofònic i les sonoritzacions (veus, músiques, etc.).
 - * La imatge com a peça redaccional o narrativa a la televisió, les locucions, sobreimpressions, silencis i altres elements que conformen el llenguatge àudio-visual.
- Els story-board, vídeo i àudio, l'argot professional, els espots, entrades de programes, l'espontzoritzió, el bartering, etc.
- * Guions, tècniques i pautes pel cinema. Semblances i diferències amb la televisió.
 - * El treball de síntesi en la publicitat exterior.
 - * L'embalatge, la literatura de producte i els textos promocionals.

10- La Redacció Publicitària Below the line

- * La publicitat directa i el seu estil particular. Mailings i comunicació personalitzada. El fullet, el prospecte, el catàleg, la carta, les circulars i les trameses diverses. House-organ, memòries, comunicats.
- * El llenguatge de les promocions. Les seves característiques particulars i l'estil redaccional en funció dels diferents mitjans.

11- La presentació de la Campanya

Informes i argumentari de venda davant del client. Les comunicacions al canal.

12- Temes complementaris

Paranys més usuals en els quals no ha de caure un bon redactor publicitari en català.

Últimes tendències de la Redacció Creativa al món i a Catalunya

Bibliografia bàsica:

- * Barthes, Roland. Retòrica de la imatge. *Paidós* 1986.
- * Drayton-Bird. Marketing directe con sentidu comùn. Ed. Díez Santos (Commonsense Direct Marketing. *Kogan Page Limited. London* 1993)..
- * Cassany, Daniel. Descriure escriure. *Empúries* 1987.
- * Coromina, Eusebi. El 9 Nou. Manual de redacció i estil. *Eumo Editorial* 1993.
- * Diari de Barcelona. Un model de llengua pels mitjans de comunicació. *Empúries* 1897.
- * GEC. El barco fantasma. *Laie* 1992.
- * Higgins, D. El arte de escribir publicidad. *McGraw-Hill México* 1991.
- * López del Castillo. Llengua estàndard i nivells de llenguatge. *Laia* 1984.
- * Norins, Hanley. The complet copywriter. *EEUU Mac-Hill* 1966.
- * Ruaix, J. Punts conflictius del Català. *Barcanova* 1989.
- * Royo, J. Una llengua és un mercat. Ed. 62. 1991.
- * Payrató, LL. La interferència lingüística. *Curiel i Publi. Abadia Montserrat* 1985.
- * Sabater, E. Ni heavy ni light, Català modern. *Empúries* 1991.
- * Spang, Kurt. Fundamentos de retòrica. *Univ. Navarra* 1979.
- * Stone, Bob. Successful Direct Marketing Methods. *NTC Business Books* 1994.
- * Solà, Joan. Qüestions controvertides de sintaxi catalana. Ed. 62 *Barna* 1987.
- * Solà, Joan. Lingüística i normativa. *Empúries* 1990.
- * Solà, J. Sobre lexicografia catalana actual. *Empúries*. 1992
- * Solà, J. i Pujol, JM. Tractat de Puntuació. *Columna* 1992.
- * Solà, J. Llibre d'estil de l'Ajuntament de Barcelona. *Imp. Municipal* 1995.
- * Televisió de Catalunya. El Català a TV3. *Edicions 62* 1995.
- * Wheeler, E. Frases que han hecho vender. *Miracle*, 1988

Bibliografia complementària:

- * Alonso, M. Ciencia del lenguaje y arte del estilo. *Aguilar* 1967.
- * Block de Behar, Lisa. El lenguaje de la Publicidad. *México S. XXI* 1977.

- * Bousoño, Carlos. Teoría de la expresión poética. *Gredos*
- * Cardona Berasarte. Lingüística de la Publicidad. *Júcar* 1979.
- * Feliu Garía, E. Los lenguajes de la Publicidad. *Univ. Alicante* 1984.
- * Ferrer, Eulalio. El lenguaje de la Publicidad. *Tezontle-México* 1994.
- * Hauser, R. Cómo concebir y redactar una publicidad directa eficaz. *Deusto* 1989.
- * Hernando Cuadrado, L.A. El lenguaje de la Publicidad. *Coloquio-Madrid* 1984.
- * Levenson, B. Bill Bernbach's Book. *Villard Books, N.Y.* 1970
- * Moliné, Marçal. Comunicación activa, Publicidad sólida. *Deusto* 1988.
- * Pazos, M.LL. L'amenaça del català light. *Tibidabo* 1990.
- * Pericay-Toutain. Verinosa llengua. *Empúries* 1988.
- * Stebbins, Hal. Píldoras Publicitarias. *Oikos-tau* 1969.
- * Schulberg, Bob. Radio Advertising. *NTC Business Books Lincolnwood* 1989.
- * Ward Burton, Ph. Advertising Copywriting. *NTC Business Books* 1990.

Pràctiques de Redacció Publicitària

- * Anàlisi crítica d'espots de TV, falques de ràdio i campanyes de premsa, revistes i below the line.
- * Creació de marques, titulars, eslògans i textos.
- * Traducció de frases fetes del castellà al català, i també adaptació d'anuncis creats en altres idiomes.
- * Creació redaccional d'una campanya pensada en català.
- * Seguiment i estudi de la Publicitat en Català.

Mètode d'avaluació:

Promig de totes les pràctiques redaccionals puntuades a classe, del treball pràctic de seguiment i estudi, més la nota de l'examen final.

L'examen final consistirà en

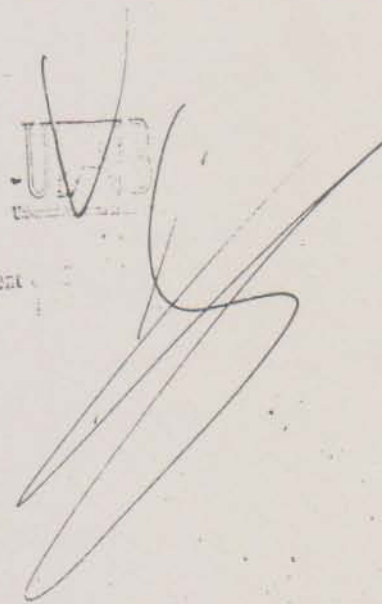
a) una part teòrica:

amb preguntes-test sobre temari i alguna pregunta teòrica que caldrà desenvolupar,

b) a més d'una altra part pràctica:

amb correcció morfològica i sintàctica de frases publicitàries mal redactades, i un exercici de creativitat en català.

Departament

A large, stylized handwritten signature in black ink is written over a faint rectangular stamp. The signature is highly fluid and abstract. The stamp is partially obscured by the signature and is located in the lower right quadrant of the page.