

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

Publicitat i Relacions Públiques

**Curs:**

1997-98

**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 catalana. Utilització dels diferents recursos lingüístics disponibles per fer missatges efectius i adequats als objectius, el registre i el suport.

**Temari:**

1. Model textual predominant en els anuncis.- Característiques dels anuncis descriptius, explicatius, narratius, argumentatius i conversacionals.-El condicionament del suport.

2. Els criteri d'adequació lingüística i el significat afegit.- La selecció del codi.- la selecció de la varietat lingüística.- La selecció del registre.- La mescla de codis, de varietats o de registres.

3. Anuncis catalans i traducció.- La interferència lingüística.- Principals dificultats de la traducció d'un text publicitari.
4. La locució de l'anunci.- La pronunciació incorrecta.- La pronunciació meticulosa i emfàtica.- La pronunciació d'intenció retòrica.- Les pauses, el ritme i l'entonació.
5. Característiques gramaticals.- La frase simple: tipus segons la modalitat,- Tipus de subjecte.- Tipus de verbs: temps i modes més isats.- Tipus de complements. - La frase composta.- Tipologia de les frases coordinades i subordinades més habituals.
6. Característiques lèxiques.- Lèxic corrent de significat positiu.- Tecnicismes.- Neologismes.- Compostos i derivats.- Argot i vulgarismes.- Frases fetes i modismes.
7. La cohesió textual.- L'anàfora.- L'ús dels connectors.- La cohesió lèxica: repetició i subtitulació.
8. Les figures retòriques.- Els trops més utilitzats.- Les figures de dicció, de construcció, d'elocució i d'estil.- Altres procediments retòrics.
9. El criteri de coherència.- Coneixement compartit per emissor i receptor: inferències pragmàtiques.- Valor dels díctics.- Articulació tema-remà.

#### 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- arcaïques, estàndard, col.loquials- o interferides, dels recursos retòrics i dels problemes que planteja la traducció.
2. Elaboració de textos publicitaris- amb imatges o sense-, seguint diferents models textuais i de registre.

#### Bibliografia (\* = bàsica):

- 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
- BASSOLS, M.; TORRENT, A.M.(1996): *Models textuais: teoria i pràctica*. Eumo Editorial.
- 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.
- CASTELLANOS, J.A. (1993): *Manual de pronunciació*. Eumo Editorial.

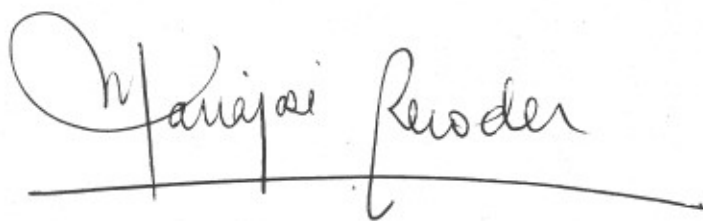
- VÁZQUEZ, I., ALDEA, S. (1991): *Estrategia y manipulación del lenguaje*. Universidad de Zaragoza.
- VINYES, T. (1994): *Guia pràctica de la publicitat*. Columna, Girona.
- WERNICK, A. (1991): *Promotional Culture. Advertising, ideology and symbolic expression*. Sage Publications. London, Newbury Park, Delhi.

**Mètode d'avaluació:**

S'obtindrà l'avaluació de l'assignatura mitjançant:

- 1- dos exercicis parcials fets a classe (4/10)
- 2- un treball (5/10)
- 3- la participació en les classes (1/10)

L'examen final es farà només en el cas que l'alumne no superi l'avaluació continuada.



M. Josep RECODER SELLARES  
Cap Unitat Filologia Catalana

Bellaterra, 25 de juny de 1997