

CURS ACADÈMIC: 2005-2006

LLICENCIATURA: Publicitat i Relacions Públiques

CURS: Quart

Codi:	20710
Assignatura:	Recursos Lingüístics de la Publicitat en Català
Tipus d'assignatura:	Op
Nº de crèdits:	5
Professorat:	Teoria i Pràctiques: Anna M. Torrent i Badia
Quadrimestre:	2 n

Objectiu de l'assignatura:

Aprendre a utilitzar els diferents recursos lingüístics disponibles per fer missatges correctes, efectius i adequats als objectius, al registre i al suport.

Temari:

1. Model textual predominant en els anuncis.- Característiques dels anuncis descriptius, explicatius, narratius, argumentatius i conversacionals.- El condicionament del suport.
2. El 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. Les versions catalanes d'un original en una altra llengua.- Les quatre opcions: estrangerització, traducció, adaptació i creació.- 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.- Els fragments.- La frase simple: tipus segons la modalitat.- Tipus de subjecte.- Tipus de verbs: temps i modes més usats.- Tipus de complements.- La frase composta.- Tipologia de les frases coordinades i subordinades més habituals.
6. Característiques lèxiques.- Lèxic corrent de significat positiu.- Neologismes de forma i de significat.- Argot i vulgarismes.- Frases fetes i modismes.
7. La cohesió textual.- La referència exofòrica i endofòrica.- L'anàfora sintàctica, semàntica i pràgmatica.- La connexió.
8. Les figures retòriques.- Els trops més utilitzats.- les figures de dicció, de construcció, d'elocució i d'estil.- Altres procediments retòrics.

Bibliografia:

- BADIA, A.M. (1994): *Gramàtica de la llengua catalana. Descriptiva, normativa, diatòpica, diastràtica*. Enciclopèdia catalana.
- BASSOLS, M. , TORRENT, A.M. (1996): *Models textual: teoria i pràctica*. Eumo Editorial. Vic.

- CABRÉ, T, RIGAU, G. (1986): *Lexicologia i semàntica*. Enciclopedia Catalana
- CASTELLANOS, J.A (2004): *Manual de pronunciació*. Eumo Editorial. Vic.
- DYER, G (1982): *Advertising as Communication*. Methuen. London&New York.
- 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.
- 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*.
- INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS(1995): *Diccionari de la llengua catalana*. Edicions 3 i 4, Edicions 62, Editorial Moll, Enciclopedia Catalana, publicacions de l'Abadia d Montserrat.
- JOUVE, M. (1991): *La communication publicitaire*. Breal, Montreuil.
- MARTINEZ; Quilo (1996): *Aprenquem a llegir la publicitat*. Eumo Editorial. Vic.
- MYERS, Greg (1994): *Words in Ads*. Edward Arnold. London, Melbourne, Auckland.
- REBOUL, O (1975): *Le slogan*. Edition. Complexe. Bruxelles.
- SABATÉ, J. (1999): *La publicitat en català*. Pòrtic. Barcelona.
- SANCHEZ CORRAL, L (1991): *Retórica y sintaxis de la publicidad*. Universitat de Córdoba.
- TORRENT, A.M. (1999): *La llengua de la publicitat*. Publicacions de l'Abadia de Montserrat, Barcelona.
- TORRENT, A.M., coord. (2004): *Els anuncis de la premsa. El món de la publicitat i la propaganda*. Eumo Editorial. Vic
- VÁZQUEZ, I; ALDEA, S (1991): *Estrategia y manipulación del lenguaje*. Universidad de Zaragoza
- VINYES, T (1994): *Guia pràctica de la publicitat*. Columna. Girona

Metodologia Docent

Teoria

Presentació succinta d'un tema centrat en les estructures fonètiques, gramaticals o lèxiques més freqüents en el llenguatge publicitari, i dels principals problemes que solen generar.

Pràctiques:

1. Exercicis d'anàlisi de la llengua d'anuncis orals i escrits, reconeixement de les estratègies per arribar al receptors, de l'ús d'estructures genuïnes --estàndard, col·loquials-- o interferides, dels recursos retòrics i dels problemes que planteja la traducció.
2. Exercicis de traducció d'anuncis i detectació dels principals problemes en l'obtenció d'una bona versió tenint en compte els condicionaments lingüístics i pragmàtics.
3. Elaboració de textos publicitaris --amb imatge o sense--, seguint diferents models textuais i de registre.

Sistema d'avaluació.

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

- 1- dos exercicis parcials (4/10)
- 2- un treball (4/10)
- 3- les pràctiques a la classe (2/10)

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

Observacions:

Necessito una aula amb reproductor de vídeo (amb comandament a distància) i de DVD. Fa anys que em toca una aula del "xalet" i és molt incòmode haver-se d'enfilat en una cadira cada vegada que engegues o atures el visionat d'un esport.

Dra. Anna M. Torrent
Coordinadora Unitat Filologia Catalana

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), 6 de juliol de 2004