



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**CENTRO DE ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>	Campus Goiabeiras		
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> 24/07/2017			
<b>Docente Responsável:</b> Maria Nazareth Bis Pirola			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4587127H2">http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4587127H2</a>			
<b>Disciplina:</b> Semiótica e Comunicação			<b>Código:</b> COS 04831
<b>Pré-requisito:</b>	Não consta		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos: 4</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	60h		
<b>EMENTA</b>			
Introdução à Semiótica. Principais vertentes semióticas e seus autores. Principais conceitos em semiótica. Teoria geral dos signos. Pragmática, Retórica e Discurso. Semiótica e comunicação social; semiótica e mídia.			
<b>OBJETIVOS</b>			
<b>Geral:</b> Saber fazer análises semióticas de diferentes gêneros textuais em diferentes plataformas de mídia.			
<b>Específicos:</b>			
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Conhecer a função e a origem dos estudos semióticos;</li><li>2. Conhecer as principais correntes e escolas teóricas da semiótica;</li><li>3. Fazer análises semióticas de textos publicitários e demais gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc), em diferentes plataformas de mídia;</li><li>4. Fazer análises semióticas da cidade e práticas sociais (shoppings centers, supermercados, ruas de comércio, etc)</li></ol>			
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>			
<b>UNIDADE 1 – SEMIÓTICA: ORIGENS, MERCADO, PESQUISA E PRINCIPAIS PERSPECTIVAS TEÓRICAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Semiótica – o que é, origem, conceitos centrais</li><li>• A Semiótica no contexto do mercado</li><li>• A Semiótica no contexto da pesquisa científica</li><li>• As principais perspectivas teóricas da semiótica (Peirceana, Cultura, Discursiva)</li><li>• Semiótica Peirceana – conceitos centrais, método de análise e semiotização de peças publicitárias</li><li>• Semiótica da Cultura – conceitos centrais e semiotização de textos culturais</li></ul>			

## UNIDADE 2 – SEMIÓTICA DAS MÍDIAS

- Origem e inspirações teóricas da semiótica discursiva
- Noção de texto
- Plano de Conteúdo e Plano de Expressão
- Percurso gerativo de sentido e níveis fundamental, narrativo e discursivo
- Semiotização de peças publicitárias em diferentes mídias
- Semiotização de outros gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc);

## UNIDADE 3 – SEMIÓTICA DA CIDADE

- Comunicação, interações e práticas
- Os planos de expressão e de conteúdo da cidade e seus efeitos de sentido
- Semiotização da cidade - interações nas práticas de consumo (em shoppings centers, supermercados, ruas de comércio, etc)

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. 4. ed. -. São Paulo: Ática, 2002. 96 p. - (Fundamentos (Ática))

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 15. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Contexto, 2011. 126 p.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de; TEIXEIRA, Lucia (Org.). **Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2009. 448 p.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Semiótica plástica**. São Paulo: Hacker, 2004. 262 p

RAMALDES, Maria Dalva. **Sintaxe visual: aplicações semióticas**. Vitória, ES: Universidade Federal do Espírito Santo, Núcleo de Educação Aberta e a Distância, 2010. 73 p

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson Learning, 2002. xvii, 186 p.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo**. 2. ed. São Paulo, SP: Ática, 2005. 318 p. (Ensaio (Ática))

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platao. **Para entender o texto: leitura e redação**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1991. 431 p.

REBOUÇAS, Moema Lúcia Martins. **O discurso modernista da pintura**. Lorena, SP: Centro Cultural Teresa D'Avila; 2003. 152 p

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990. 114 p. (Primeiros passos (Brasiliense))

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2011. xv, 292 p.

### METODOLOGIA

Adotaremos uma prática pedagógica que privilegia a relação, aquilo que juntos, no momento mesmo da interação, a potência de professores e alunos é capaz de construir. Rompemos, assim, com a ideia de um professor detentor único do saber e que “transmite” conhecimentos para um aluno passivo, típico das teorias da tábula rasa. Ao contrário, a premissa de ensino que pretendemos praticar parte das concepções das redes de conversação tecidas no cotidiano escolar, tal como postula Carlos Eduardo Ferraço (PPGE/UFES). As concepções de trabalho que privilegiam essa rede de conversação em sala de aula, diz de um compromisso que professores e alunos assumem juntos. Trata-se de entender esse momento único e rico que é a vivência na Universidade como um projeto coletivo, que gera uma "potência de ação coletiva", pela pré-disposição dos atores envolvidos no processo de ensinoaprendizagem “para produzirem e trocarem conhecimentos, [...] com vistas a melhorar os processos de aprendizagem e criação nas coletividades locais, bem como no interior de redes cooperativas de todo tipo, [...] a partir dos conhecimentos, linguagens, afetos e afecções que estão em circulação nas práticas discursivas” (FERRAÇO, 2012, pp.4-5).

Os métodos específicos a serem utilizados são:

- . Aula expositiva e dialogada;
- . Leitura de textos e debate;
- . Estudos de caso com análises semióticas;

- . Palestras com convidados;
- . Análises semióticas de textos publicitários e demais gêneros discursivos;
- . Análises semióticas de práticas de consumo na cidade;
- . Visitas a espaços culturais;
- . Aula de campo;
- . Produção de artigo.

Os recursos técnicos necessários são: computador com acesso à internet, data show; quadro e pincel. A docente levará materiais próprios, como: embalagens, peças publicitárias, jornais, revistas, cartazes, folders e outros materiais para semiotização.

### **CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM**

Quanto às avaliações de aprendizagem, apostamos nas avaliações formativas, cuja proposta permite que o docente identifique as carências dos alunos e esteja mais centrada no processo e não só no resultado final. Nesse sentido, os erros também são importantes. Assim, a “avaliação se faz pela reflexão do grupo de alunos e professor, tendo como critério o avanço na capacidade de reflexão crítica e proposição de alternativas” (MARTINS, 2012, p.63). Nesse sentido, as avaliações serão feitas a partir da participação dos alunos nas atividades propostas, considerando o desempenho dos mesmos no alcance das competências e habilidades requeridas nas disciplinas.

As avaliações serão feitas em 3 (três) modalidades, com peso 1 em cada uma delas.

**A) Exercícios sobre o conteúdo da disciplina – individual ou grupo**

(semiotização de textos verbais, imagéticos, interativos, com gêneros discursivos diferentes, em diversas plataformas de mídia; apresentação dos trabalhos semiotizados).

Total das atividades: 10 pontos

**B) Prova sobre o conteúdo programático – individual**

Total da atividade: 10 pontos

**C) Produção de artigo com análise semiótica a partir da teoria/metodologia da semiótica discursiva - (objeto de análise a definir entre aluno e docente) – em dupla**

Total da atividade: 10 pontos

**MÉDIA:** A nota final dos alunos será a média das 3 (três) modalidades de avaliação

### **CRONOGRAMA**

**Aula 1 - 28/08 – Unidade 1**

- Semiótica – o que é, origem, conceitos centrais
- A Semiótica no contexto do mercado
- A Semiótica no contexto da pesquisa científica
- As principais perspectivas teóricas da semiótica (Peirceana, Cultura, Discursiva)
- Semiótica Peirceana – conceitos centrais, método de análise e semiotização de peças publicitárias

**Aula 2 - 04/09 - Unidade 1**

- As principais perspectivas teóricas da semiótica (Peirceana, Cultura, Discursiva)
- Semiótica Peirceana – conceitos centrais, método de análise e semiotização de peças publicitárias

**Aula 3 - 11/09 - Unidade 1**

- As principais perspectivas teóricas da semiótica (Peirceana, Cultura, Discursiva)
- Semiótica da Cultura – conceitos centrais, método de análise e semiotização de objetos culturais

**Aula 4 - 18/09 – Unidade 2**

- Origem e inspirações teóricas da semiótica discursiva
- Noção de texto

- Plano de Conteúdo e Plano de Expressão
- Percurso gerativo de sentido e níveis fundamental, narrativo e discursivo
- Semiotização de peças publicitárias em diferentes mídias
- Semiotização de outros gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc);

#### **Aula 5 - 25/09 - Unidade 2**

- Origem e inspirações teóricas da semiótica discursiva
- Noção de texto
- Plano de Conteúdo e Plano de Expressão
- Percurso gerativo de sentido e níveis fundamental, narrativo e discursivo
- Semiotização de peças publicitárias em diferentes mídias
- Semiotização de outros gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc);

#### **Aula 6 - 02/10 - Unidade 2**

- Plano de Conteúdo e Plano de Expressão
- Semiotização de peças publicitárias em diferentes mídias
- Semiotização de outros gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc);

#### **Aula 7 - 09/10 - Unidade 2**

- Plano de Conteúdo e Plano de Expressão
- Semiotização de peças publicitárias em diferentes mídias
- Semiotização de outros gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc);
- Palestra convidado

#### **Aula 8 - 16/10 - Unidade 2**

- Plano de Conteúdo e Plano de Expressão
- Semiotização de peças publicitárias em diferentes mídias
- Semiotização de outros gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc);

#### **Aula 9 - 23/10 - Unidade 2**

- Semiotização de peças publicitárias em diferentes mídias
- Semiotização de outros gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc);
- Palestra convidado

#### **Aula 10 - 30/10**

- Avaliação individual – 10 PONTOS

#### **Aula 11 - 06/11**

- EVENTO SEMANA DA COMUNICAÇÃO

#### **Aula 12 - 13/11 – Unidade 3**

- Comunicação, interação e práticas
- Os planos de expressão e de conteúdo da cidade e seus efeitos de sentido
- Aula de campo

#### **Aula 13 - 20/11 – Unidade 3**

- Comunicação, interação e práticas
- Os planos de expressão e de conteúdo da cidade e seus efeitos de sentido
- Produção de artigo

**Aula 14 - 27/11 – Unidade 3**

- Comunicação, interação e práticas
- Os planos de expressão e de conteúdo da cidade e seus efeitos de sentido
- Produção de artigo

**Aula 15 - 04/12**

- Apresentação e entrega dos artigos – 10 PONTOS
- Fechamento da disciplina

**11/12 - período de provas finais**

**Professor: Maria Nazareth Bis Pirola – [n.pirola@uol.com.br](mailto:n.pirola@uol.com.br)**