



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 18/12/2017			
Docente Responsável: Maria Nazareth Bis Pirola			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4587127H2			
Disciplina: Semiótica e Comunicação			Código: COS 04831
Pré-requisito:	Não consta	Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos: 4	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60h		
EMENTA			
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.			
OBJETIVOS			
Geral: Saber fazer análises semióticas de textos (verbais, visuais, audiovisuais, interativos e práticas sociais) em diferentes plataformas expressivas.			
Específicos: <ol style="list-style-type: none">1. Conhecer as principais correntes teóricas da semiótica;2. Conhecer os conceitos e métodos de análise das escolas: Peirceana, Cultura e Discursiva;3. Saber fazer análises semióticas de textos publicitários e demais gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc), em diferentes plataformas de mídia;4. Saber fazer análises semióticas da cidade e das práticas sociais.			
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO			
UNIDADE 1 – SEMIÓTICA: ORIGENS E PRINCIPAIS PERSPECTIVAS TEÓRICAS <ul style="list-style-type: none">• 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)			
UNIDADE 2 – SEMIÓTICA PEIRCEANA E SEMIÓTICA DA CULTURA <ul style="list-style-type: none">• Semiótica Peirceana – conceitos centrais, método de análise e semiotização de peças publicitárias			

- Semiótica da Cultura – conceitos centrais e semiotização de textos culturais

UNIDADE 3 – SEMIÓTICA DISCURSIVA /SOCIOSSEMIÓTICA

- Origem e inspirações teóricas da semiótica discursiva
- Noção de texto
- Plano de Conteúdo e o percurso gerativo de sentido
- Plano de Expressão e os formantes plásticos
- Semiotização de peças publicitárias em diferentes mídias
- Semiotização de outros gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc);
- Semiotização da cidade - os planos de expressão e de conteúdo da cidade e seus efeitos de sentido

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. **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. **O que é semiótica**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990. 114 p. (Primeiros passos (Brasiliense))
- 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.
- PIROLA; Maria Nazareth Bis; SOUZA, Flávia Mayer dos Santos. Marcas de um tempo: entre paisagens, cidades, publicidade e consumo. In: DADALTO, Maria Gorete; REBOUÇAS, Moema Martins. **Modos de ser professor de arte na contemporaneidade**. Vitória: EDUFES, 2017.
- REBOUÇAS, Moema Lúcia Martins. **O discurso modernista da pintura**. Lorena, SP: Centro Cultural Teresa D'Avila; 2003. 152 p
- SILVEIRA, Vanessa Rozan. Uma luz sobre São Paulo: uma análise do edifício e da antena da Gazeta. In: Oliveira, Ana Cláudia. **Sentido e Interação nas práticas: comunicação, consumo, educação e urbanidade**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016, p. 177-191.
- SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2011. xv, 292 p.
- VELHO, A. P. M., **A semiótica da cultura: apontamentos para uma metodologia de análise da comunicação**. Rev. Estud. Comun., Curitiba, v. 10, n. 23, p. 249-257, set./dez. 2009.

METODOLOGIA

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 da cidade e de práticas sociais;
- . 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

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

A) Exercícios, seminários e estudo dirigido dos textos da disciplina (individual ou em grupo)

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 será a média das 3 (três) modalidades de avaliação. Será considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 7,0 (sete). Caso o aluno não alcance a média 7,0 (sete), será aplicada uma prova de recuperação (final) com todo o conteúdo programático da disciplina. Nestes casos, conforme regimento da UFES, após prova final, será considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 5,0 (cinco).

Frequência: para aprovação, o aluno deverá cumprir, ainda, 75% de frequência às aulas, conforme legislação em vigor para os cursos presenciais.

CRONOGRAMA

Aula 1 – 07/03 – 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)

Aula 2 – 14/03 - Unidade 2

- Semiótica Peirceana – conceitos centrais, método de análise e semiotização de peças publicitárias

Aula 3 – 21/03 - Unidade 2

- Semiótica Peirceana – conceitos centrais, método de análise e semiotização de peças publicitárias

Aula 4 – 28/03 – Unidade 2

- Semiótica da Cultura – conceitos centrais e semiotização de textos culturais

Aula 5 – 04/04 - Unidade 2

- Semiótica da Cultura – conceitos centrais e semiotização de textos culturais

Aula 6 – 11/04 - Unidade 3

- Origem e inspirações teóricas da semiótica discursiva/Noção de texto
- Plano de Conteúdo e o percurso gerativo de sentido
- Semiotização de peças publicitárias em diferentes mídias
- Semiotização de outros gêneros discursivos (jornalismo, filmes, desenhos animados, pinturas, HQs, etc);

Aula 7 – 18/04 - Unidade 3

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

Aula 8 – 25/04 - Unidade 3

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

Aula 9 – 02/05 - Unidade 3

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

Aula 10 – 09/05 – Unidade 3

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

Aula 11 – 16/05 – Unidade 3

- PROVA INDIVIDUAL – 10 PONTOS

Aula 12 – 23/05 - Unidade 3

- Semiotização da cidade - os planos de expressão e de conteúdo da cidade e seus efeitos de sentido
- Análises coletivas dos objetos selecionados

Aula 13 – 30/05 – Unidade 3

- Semiotização da cidade - os planos de expressão e de conteúdo da cidade e seus efeitos de sentido
- Produção artigos em laboratório

Aula 14 – 06/06 – Unidade 3

- Semiotização da cidade - os planos de expressão e de conteúdo da cidade e seus efeitos de sentido
- Produção artigos em laboratório

Aula 15 – 13/06 – Unidade 3

- Entrega e apresentação dos artigos – 10 PONTOS

20/06 – Prova Final

Professor: Maria Nazareth Bis Pirola – n.pirola@uol.com.br