



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): 25/08/22			
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) 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: Discursiva, Peirceana e Cultura;3. Saber fazer análises semióticas de textos publicitários e demais gêneros discursivos em diferentes plataformas de mídia.			
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO			
UNIDADE 1 – SEMIÓTICA DISCURSIVA /SOCIOSEMIÓTICA <ul style="list-style-type: none">• Noções de texto e contexto; objetos de estudo da semiótica• Plano de Conteúdo e o método do Percurso Gerativo de Sentido• Plano de Expressão e os Formantes Plásticos• As interações• Semiotização de textos publicitários e outros gêneros discursivos			
UNIDADE 2 – SEMIÓTICA PEIRCEANA E SEMIÓTICA DA CULTURA <ul style="list-style-type: none">• Semiótica Peirceana – conceitos centrais• Semiótica da Cultura – conceitos centrais			

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.
- 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.

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.
- LANDOWSI, Eric. **Interações Arriscadas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores: Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2014.
- 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.

METODOLOGIA

Os métodos utilizados são: slides da docente; aula expositiva e dialogada; leitura de textos do referencial teórico; debate; estudos de caso com análises semióticas; análises semióticas de textos publicitários e demais gêneros discursivos;

Os recursos técnicos são: quadro, pincel, computador com acesso à internet e projetor.

CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

NOTA 1: Semiotização de peça publicitária – 10 pontos

NOTA 2: Semiotização de peça publicitária – 10 pontos

Média: A nota final será a média das 2 (duas) modalidades de avaliação (N1 + N2). 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: A frequência será aferida respeitando a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996), que determina a participação dos(as) estudantes em 75% (setenta e cinco por cento) do conjunto das aulas e atividades planejadas para a disciplina, considerando a carga horária total.

CRONOGRAMA

Aula 1- Apresentação da disciplina, materiais, avaliações, conceitos iniciais semiótica
Aula 2 - Unidade 1
Aula 3 - Unidade 1
Aula 4 - Unidade 1
Aula 5 - Unidade 1
Aula 6 - Unidade 1
Aula 7 - Unidade 1
Aula 8 - Unidade 1
Aula 9 - Avaliação N1
Aula 10 - Unidade 2
Aula 11 - Unidade 2
Aula 12 - Unidade 2
Aula 13 - Unidade 2
Aula 14 - Avaliação N2
Aula 15 - Fechamento da disciplina (retorno trabalhos, médias, orientações)

Email: maria.pirola@ufes.br