



**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> 16/03/23  |  |                  |                                     |
| <b>Docente Responsável:</b> Maria Nazareth Bis Pirola   |  |                  |                                     |
| <b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b><br><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 textos (verbais, visuais, audiovisuais, interativos) em diferentes plataformas expressivas.  |  |                  |                                     |
| <b>Específicos:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conhecer as principais correntes teóricas da semiótica;</li><li>2. Conhecer os conceitos e métodos de análise das escolas: Discursiva, Peirceana e Cultura;</li><li>3. Saber fazer análises semióticas de textos publicitários e demais gêneros discursivos em diferentes plataformas de mídia.</li></ol>                                |  |                  |                                     |
| <b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>  |  |                  |                                     |
| <b>UNIDADE 1 – SEMIÓTICA DISCURSIVA /SOCIOSEMIÓTICA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Noções de texto e contexto; objetos de estudo da semiótica</li><li>• Plano de Conteúdo e o método do Percurso Gerativo de Sentido</li><li>• Plano de Expressão e os Formantes Plásticos</li><li>• As interações</li><li>• Semiotização de textos publicitários e outros gêneros discursivos</li></ul> |  |                  |                                     |
| <b>UNIDADE 2 – SEMIÓTICA PEIRCEANA E SEMIÓTICA DA CULTURA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Semiótica Peirceana – conceitos centrais</li><li>• Semiótica da Cultura – conceitos centrais</li></ul>  |  |                  |                                     |

## 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

21/03 – Aula 1 - Unidade 1  
28/03 - Aula 2 - Unidade 1  
04/04 - Aula 3 - Unidade 1  
11/04 - Aula 4 - Unidade 1  
18/04 - Aula 5 - Unidade 1  
25/04 - Aula 6 - Unidade 1  
02/05 - Aula 7 - Unidade 1  
09/05 - Aula 8 – Unidade 1  
16/05 - Aula 9 - Unidade 1  
23/05 - Aula 10 - Avaliação N1  
30/05 - Aula 11 - Unidade 2  
06/06 - Aula 12 - Unidade 2  
13/06 - Aula 13 – Unidade 2  
20/06 - Aula 14 – Avaliação N2  
27/06- Aula 15 – Fechamento da disciplina (retorno trabalhos, médias, orientações)

Email: [maria.pirola@ufes.br](mailto:maria.pirola@ufes.br)