



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2011	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	2075 - SEMIÓTICA APLICADA À PUBLICIDADE E PROPAGANDA	Carga Horária: 68
Turma	PPM	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Elementos de Semiótica direcionados a publicidade e propaganda: sistemas de significação, signos e os meios de comunicação. Modelos semiológicos, diferentes níveis de codificação de linguagem. A sociedade e o signo.

I. Objetivos

O objetivo principal é introduzir o aluno no conhecimento da Semiótica, enquanto teoria geral dos signos lingüísticos, buscando traçar relações com os interesses dos alunos (análise estética de fotos, vídeos, manifestações artísticas, mídia etc.).

II. Programa

1. Conceituação e breve histórico da semiótica
2. Sociedade, signo e comunicação.
3. Símbolos, signos e linguagens.
4. Sistemas de significação.
5. Comunicação e signos.
6. Modelos semióticos.
7. Códigos e mensagens.
8. Diferentes níveis de codificação de linguagem.
9. Semiologia das mídias.
10. Semiótica e os estudos de discurso.

III. Metodologia de Ensino

Além das aulas teóricas, a disciplina contará com parte experimental, objetivando-se colocar em prática os conceitos estudados, o que será feito através do estudo aplicado a :

Peças publicitárias , jornais, cartazes, out-door, vinhetas, telejornais dentre outras mídias.

A finalidade é a de propiciar a reflexão sobre a produção de sentido e de significação dados pelos sistemas de signos midiáticos de maneira semiótica.

IV. Formas de Avaliação

Seminários
Fichamentos
Análises semióticas

V. Bibliografia

Básica

(<http://www.unifor.br/oul/balance.jsp?ObraSiteLivroTrazer.do?method=trazerLivro&obraCodigo=7402>) CHEVALIER, Jean. Dicionário de símbolos. Colaboração de Alain Gheerbrant. Tradutor et al: Vera da Costa e Silva et al. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988. (<http://www.unifor.br/oul/balance.jsp?ObraSiteLivroTrazer.do?method=trazerLivro&obraCodigo=53496>) COELHO NETO, J. Teixeira. Semiótica, informação e comunicação : diagrama da teoria do signo. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003. (Coleção Debates, 168). (<http://www.unifor.br/oul/balance.jsp?ObraSiteLivroTrazer.do?method=trazerLivro&obraCodigo=45327>) NOTH, Winfried. Panorama da semiótica: de Platão a Peirce. 4. ed. São Paulo: Annablume, 2003. (Coleção E, 3). (<http://www.unifor.br/oul/balance.jsp?ObraSiteLivroTrazer.do?method=trazerLivro&obraCodigo=53491>) NOTH, Winfried. A Semiótica no século XX. 2. ed. São Paulo: Annablume, 1999. (Coleção E, 5). (<http://www.unifor.br/oul/balance.jsp?ObraSiteLivroTrazer.do?method=trazerLivro&obraCodigo=54316>) PEIRCE, Charles Sanders. Semiótica. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1999. (Coleção Estudos). (<http://www.unifor.br/oul/balance.jsp?ObraSiteLivroTrazer.do?method=trazerLivro&obraCodigo=31554>) PLAZA, Julio. Tradução intersemiótica. 1. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003. (Estudos, 93). (<http://www.unifor.br/oul/balance.jsp?ObraSiteLivroTrazer.do?method=trazerLivro&obraCodigo=47156>) SANDMANN, Antonio Jose. A Linguagem da propaganda. 3. ed. São Paulo: Contexto, 1999. (Coleção Repensando a língua portuguesa). (<http://www.unifor.br/oul/balance.jsp?ObraSiteLivroTrazer.do?method=trazerLivro&obraCodigo=49088>) SANTAELLA, Lucia. O Que é semiótica. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 2007. (Coleção primeiros passos). TREVIZAN, Zizi. As Malhas do Texto - Escola, Literatura, Cinema. - 1 ed. 1. ed. São Paulo-SP: Cliper Editora, 1998. 101 p.

Complementar



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2011	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	2075 - SEMIÓTICA APLICADA À PUBLICIDADE E PROPAGANDA	Carga Horária: 68
Turma	PPM	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

APROVAÇÃO

Inspetoria: DELET/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 001
Data: 15/02/2011