

 Politécnico da Guarda Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR	MODELO PED.007.02
---	--	--------------------------

<i>Curso</i>	Comunicação Multimédia			<i>Ano letivo</i>	2021/2022		
<i>Unidade Curricular</i>	Semiótica			ECTS	5		
<i>Regime</i>	Obrigatório						
<i>Ano</i>	1.º	<i>Semestre</i>	2.º	<i>Horas de trabalho globais</i>			
<i>Docente</i>	José Carlos de Almeida Alexandre			<i>Total</i>	135	<i>Contacto</i>	67,5
<i>Coordenador da área científica</i>	Joaquim Manuel Fernandes Brigas						

GFUC previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Reconhecer a importância e a pertinência da Semiótica na comunicação;
- Compreender o conceito de signo segundo vários autores;
- Distinguir diferentes tipos de signos e de relações entre os mesmos;
- Compreender a significação do ponto de vista referencial e operacional;
- Reconhecer as relações sintagmáticas e paradigmáticas como determinantes do «valor» de um signo;
- Analisar a força ilocucional de enunciados, sobretudo publicitários;
- Identificar usos estratégicos das diferentes linguagens (verbal, icónica e plástica);
- Aplicar conceitos e princípios estudados na análise de suportes de comunicação.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Conceito e objeto da semiótica
 - 1.1. Definição da semiótica como teoria dos signos
 - 1.2. Definição de signo.
 - 1.3. Contextualização histórica
 - 1.4. Campos de estudo
2. Os signos
 - 2.1. Conceitos e tipologias
 - 2.2. Símbolo e signo em Saussure
 - 2.3. Características do signo linguístico
 - 2.4. A Semiótica de Charles Peirce
 - 2.5. A semiose e a divisão da semiótica em sintaxe, semântica e pragmática
3. Os códigos e as relações entre signos
 - 3.1. Os códigos enquanto sistemas de signos
 - 3.2. Relações sintagmáticas e paradigmáticas
 - 3.3. As classificações dos códigos e a sua dimensão social
4. Significação e comunicação
 - 4.1. Diferentes conceções de significado
 - 4.2. Triângulo semiótico
 - 4.3. Significado referencial e operacional (valor)
 - 4.4. Ordens de significação
 - 4.5. Denotação, conotação e mito

- 4.6. Quadrado semiótico e estrutura fundamental de sentido
- 5. A eficácia na comunicação
 - 5.1. Atos de fala
 - 5.2. Força ilocucional
- 6. Semiótica aplicada aos fenómenos comunicativos e mediáticos
 - 6.1. Análises semióticas no âmbito da publicidade, propaganda e comunicação
 - 6.2. Criação de mensagens de comunicação a partir de um quadrado semiótico

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Os conteúdos dos dois primeiros temas programáticos visam particularmente a compreensão da importância e transversalidade da semiótica e do seu objeto (o signo) em/a todos os processos de comunicação e significação, de todas as áreas técnicas e científicas.

Os conteúdos dos temas seguintes pretendem dotar os alunos dos conhecimentos essenciais à investigação, análise e compreensão da comunicação em todas as suas vertentes, contemplando o domínio de conceitos e a capacidade de aplicação na análise semiótica de mensagens, nas dimensões sintática, semântica e pragmática, bem como na conceção de mensagens a partir de uma estrutura fundamental de sentido.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

- Barthes, R. (1989). *Elementos de semiologia*. Lisboa: Edições 70.
- Barthes, R. (2018). *O Óbvio e o Obtuso*. Lisboa: Edições 70.
- Bernstein, B. (2003). *Class, codes and control: Applied Studies towards a Sociology of Language* (Vol. 2). Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Eco, U. (1991). *Tratado geral de semiótica*. São Paulo: Perspectiva.
- Eco, U. (1997). *O signo* (5.ª ed.). Lisboa: Presença.
- Fidalgo, A. & Gradim, A. (2005). *Manual de Semiótica*. Covilhã: UBI.
- Fiske, J. (2011). *Introduction to Communication Studies* (3.ª edição). Nova Iorque: Routledge.
- Hall, S. (2012). *This means this, this means that: a user's guide to semiotics*. Londres: Laurence King Publishing Ltd.
- Joly, M. (2017). *A Imagem e a sua Interpretação*. Lisboa: Edições 70.
- Joly, M. (2019). *A imagem e os Signos* (2.ª edição). Lisboa: Edições 70.
- Joly, M. (2019). *Introdução à análise da imagem* (2.ª edição). Lisboa: Edições 70.
- Peirce, C. S. (1977). *Semiótica*. São Paulo: Perspetiva.
- Rodrigues, A. D. (1991). *Introdução à semiótica*. Lisboa: Editorial Presença.
- Saussure, F. (1986). *Curso de linguística geral*. Lisboa: Dom Quixote.
- Volli, U. (2004). *Semiótica da publicidade: a criação do texto publicitário*. Lisboa: Edições 70.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Aulas expositivas (interativas) a cargo dos docentes.

Orientação tutorial dos alunos para a realização de pesquisas e trabalhos práticos de análise semiótica e criação publicitária (em grupo).

Realização pelos alunos de pesquisas, análises semióticas e criação de mensagens (em grupo).

Apresentação e análise crítica dos trabalhos pelos alunos.

A avaliação contínua dos alunos baseia-se na realização e apresentação de trabalhos (40%) e na realização de um teste teórico-prático (60%). Para que a avaliação dos trabalhos seja considerada, é necessário obterem na prova escrita nota mínima de 8,0 valores. Caso não seja obtida esta nota, o aluno será excluído deste tipo de avaliação e remetido para exame.

São admitidos a exame (prova teórico-prática) todos os alunos que não obtenham aprovação na avaliação contínua.

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

Sendo uma unidade curricular teórico-prática, e tendo como objetivo essencial que os alunos conheçam, compreendam e tenham em conta os princípios que constituem a comunicação e a significação, as tornam possíveis e as regulam nas suas diferentes realizações, as metodologias de ensino-aprendizagem visam assegurar:

- A motivação para a descoberta e aprofundamento de conhecimentos a partir de exposições e orientações da docente.
- A aprendizagem ativa de conhecimentos teóricos mediante a realização de pesquisas, a organização de conteúdos e a discussão.
- A aquisição e o desenvolvimento da capacidade de analisar diferentes tipos de mensagens na perspetiva da semiótica, ao nível da sua composição, significação e efeitos pretendidos.
- A capacidade de transpor os princípios da comunicação e da significação observados e analisados em diferentes realizações para o campo da conceção e produção de mensagens.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Obrigatoriedade de 2/3 das presenças para os alunos que optarem pelo processo de avaliação contínua. Serão ressalvadas as ausências com justificação legal.

Na UC de Semiótica, a sobredita regra da obrigatoriedade das presenças aplica-se apenas às aulas presenciais que venham a decorrer durante o semestre, estando assim excluídas dessa regra as aulas *online*.