

Unidade Curricular	Semiótica	Área Científica	Ciências da Comunicação
Licenciatura em	Tecnologias da Comunicação	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2017/2018	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	1
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - - TC - - S - - E - - OT 20 O - -
Nível	1-1	Créditos ECTS	6.0
Código	9247-333-1105-00-17		

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Manuela Dolores Ferreira Carneiro

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Compreender como é que um saber tão antigo como a Semiótica se tornou numa ciência tão atual e presente na nossa atividade diária;
2. Distinguir as diferentes abordagens das duas principais tradições ligadas ao estudo da Semiótica;
3. Analisar o papel da Semiótica no contexto da Comunicação;
4. Conhecer os diferentes tipos de signos e a sua classificação;
5. Interpretar os signos das mensagens publicitárias;
6. Desenvolver uma consciência crítica que permita compreender os duplos sentidos da linguagem mediática;
7. Reconhecer os instrumentos que permitem o desenvolvimento de uma competência enunciativa.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

1: Introdução. O que é a semiótica? 2: O signo e a significação 3: Imagem e comunicação 4: A semiótica da publicidade 5: As propriedades pragmáticas do signo

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução. O que é a Semiótica?
 - Sinais e signos
 - O Signo como elemento do Processo de Comunicação
 - Uma Ciência recente para uma temática antiga
2. O signo e a significação:
 - A Tradição da Semiótica Europeia Contemporânea
 - A Tradição da Semiótica Anglo-Saxónica Contemporânea
 - Os Campos da Semiótica: Sintaxe, Semântica e Pragmática
 - As Classificações dos Signos
3. AS propriedades pragmáticas do signo:
 - O Signo como Acção
 - Enunciação ou a Lógica da Comunicação
 - A dupla estrutura da Fala
4. Imagem, comunicação e significação:
 - Código
 - Denotação
 - Conotação
 - Mito
 - Símbolos
 - Metáfora
 - Metonímia
5. A semiótica da publicidade:
 - Visão, percepção e simbolismos
 - Análise de textos publicitários

Bibliografia recomendada

1. CARMELO, Luís. (2003). Semiótica - uma introdução. Mem Martins: Publicações Europa-América. ISBN 9721053074.
2. ECO, Umberto. (1997). O Signo. Lisboa: Presença. ISBN 9722312979.
3. JOLY, Martine. (2003). A Imagem e a sua Interpretação. Lisboa: Edições 70. ISBN 972-44-1181-8.
4. JOLY, Martine. (2004). Introdução à Análise da Imagem. Lisboa: Edições 70. 972-44-0989-9.
5. VOLLI, Ugo. (2003). Semiótica da Publicidade a criação do texto publicitário. Lisboa: Ed. 70. ISBN 972-44-1204-0.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Horas presenciais: Método expositivo: conhecimentos base da unidade curricular. Método interrogativo, confrontando os alunos com exemplos práticos por forma a averiguar a sua capacidade de interpretação e a sua capacidade crítica. Método ativo: análise e discussão de estudos de caso. Horas não presenciais: Pesquisa bibliográfica; análise e interpretação de dados.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação distribuída - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso)
 - Trabalhos Práticos - 40% (Nota mínima: 8 valores)
 - Exame Final Escrito - 60% (Nota mínima: 8 valores: Quem não fizer o trabalho apenas poderá fazer exame na época de recurso.)
2. Avaliação por exame final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
3. Estudantes Erasmus - (Ordinário) (Final, Recurso)
 - Trabalhos Práticos - 100%

Língua em que é ministrada

Português

Validação Eletrónica

Manuela Dolores Ferreira Carneiro	Manuela Dolores Ferreira Carneiro	Daniel Ribas de Almeida	Luisa Margarida Barata Lopes
24-10-2017	24-10-2017	24-10-2017	01-11-2017