

Unidade Curricular	Semiótica	Área Científica	Audiovisual e Produção do Média		
Licenciatura em	Comunicação e Jornalismo	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela		
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	1	Nível	1-1
Tipo	Semestral	Semestre	1	Créditos ECTS	6.0
Horas totais de trabalho		162		Horas de Contacto	
		T	-	TP	60
		PL	-	TC	-
		S	-	E	-
		OT	-	O	-
<small>T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra</small>					

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: As propriedades pragmáticas do signo 4: Imagem e comunicação 5: A semiótica da publicidade

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.)
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	Carlos Sousa Casimiro da Costa	Luisa Margarida Barata Lopes
05-12-2022	05-12-2022	07-12-2022	12-12-2022