



PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NA PUBLICIDADE

CÓDIGO: PCDS 7305

NÍVEL: Mestrado Acadêmico

AREA DE CONCENTRAÇÃO: ECONOMIA DOMÉSTICA

CARGA HORÁRIA: 60

CRÉDITO: 04

OBRIGATÓRIA: Não

EMENTA

Estudos da Comunicação. Tipologia de Estudos Semióticos. Semiótica Discursiva. Percurso Gerativo do Sentido: oposições semânticas, narratividade, sujeito e objeto – valores e estados de alma –, enunciador e enunciatário, temas e figuras. Textualização/Manifestação do discurso. Sincretismo de linguagens. Publicidade de Moda: dialogismo e polifonia.

BIBLIOGRAFIA

- BARTHES, R. O império dos signos. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- CARVALHO, Nelly de. Publicidade: a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2000.
- CARRASCOZA, J. A. Razão e sensibilidade no texto publicitário. São Paulo: Futura, 2004.
- CASTILHO, Kathia. Moda e Linguagem. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- DINIZ, Maria Lucia Vissotto e PORTELA, Jean Cristtus (orgs.). Semiotica e midia: textos, praticas, estratégias. Bauru: UNESP/FAAC, 2008.
- DONDIS, D.A. Sintaxe da linguagem Visual. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- DUARTE, Jorge. & BARROS, Antonio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.
- FIORIN, José Luiz. Elementos de análise do discurso. São Paulo: Contexto, 2005.
- GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. Moda é Comunicação: Experiências, Memórias, Vínculos. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- GREIMAS, Algirdas Julien. La mode en 1830. Langage et société: écrits de jeunesse. Paris: PUF, 2000.



PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DOMÉSTICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO – MESTRADO CONSUMO, COTIDIANO E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

LANDOWISKI, Eric.. Les interactions risquées. Nouveaux actes sémiotiques. Pulim: Limoges, 2006.

MAFFESOLI, M. O mistério da conjunção: ensaios sobre comunicação, corpo e sociabilidade. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MARTINS, Marcelo Machado. Considerações sobre os estudos da Moda: tendências e perspectivas”. In: CASTILHO, Kathia. Moda e Linguagem. SP: Anhembi Morumbi, 2004. ISBN: 8587370197.

MARTINS, Marcelo Machado. e DEMESTRESCO, Sylvia . “Gozo do luxo: grifes radicais e euforia ao extremo”. In: Kathia Castilho; Nízia Villaça. (Org.). O Novo Luxo. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

MARTINS, Marcelo Machado. e CASTILHO, Kathia. Discursos da Moda: semiótica, design e corpo. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

OLIVEIRA, Ana Claudia de; LANDOWSKI, Eric (orgs). Do Inteligível ao Sensível. São Paulo: EDUC, 1995.

OLIVEIRA, Ana Claudia de; FECHINE, Yvana.(eds) Semiótica da Arte. Teorizações, Análises e Ensino. São Paulo: Hacker Editores, 1998.

PIETROFORTE, A. V. Semiótica visual. São Paulo: Contexto, 2004.

SANDMANN, Antonio. A linguagem da propaganda. São Paulo: Contexto, 2003.

SEMPRINI, Andrea. A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

VESTGAARD & SCHORODER. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

WERNECK, M. “Roland Barthes, a moda e as assinaturas do mundo”. IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte – São Paulo V.1 N. 1 abr./ago. 2008

Revistas científicas da área.