

**MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA**

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

**1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**

<b>CURSO</b> Design	<b>UNIDADE CURRICULAR</b> Semiótica		<b>CRÉDITOS</b> 3
<b>CARGA HORÁRIA</b> 60	<b>MÓDULO</b> 2	<b>CURRÍCULO</b> 2018-2	<b>DATA DE APROVAÇÃO</b> 2018-2
<b>PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR</b> Marta Cristina Goulart Braga		<b>CONTATO</b> marta.braga@fean.com.br	
<b>PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM</b> Tiago R. Mattozo		<b>CONTATO</b> tiago.mattozo@fean.com.br	

**2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR****2.1 EMENTA**

Conceitos da Teorias da informação e da comunicação. Teoria da Informação e Comunicação aplicada ao design. Veículos de transmissão da informação. Introdução ao conhecimento. Imagem, representação e signo. Cultura e símbolos. Mídia e cultura. Processos da comunicação humana. Introdução às teorias do signo: antecedentes históricos, conceitos, principais linhas de estudo. Semiótica, taxonomia de signo e tipologia dos Signos. Análise semiótica voltadas ao design. Aplicação da semiótica ao design.

**2.2 OBJETIVOS**

Capacitar o aluno a correlacionar a Teoria da Informação, os processos de comunicação e princípios da semiótica ao Design, na geração de um pensamento crítico sobre o conhecimento e a utilização das mídias de disseminação da informação, bem como, análise da semiótica de objetos, símbolos, assinaturas gráficas e peças gráficas do design, aplicando os conhecimentos teóricos na prática do Design.

**2.2.1 Competências**

- Analisar mensagens imagéticas.
- Conhecer o design como linguagem.
- Compreender o significado dos produtos do design.
- Ser colaborativo e propositivo no trabalho em equipes, grupos e redes, atuando com respeito, cooperação, iniciativa e responsabilidade social.
- Ser expressivo na comunicação de conceitos, ideias e soluções;

**2.2.2 Habilidades**

- Integrar a dimensão simbólica ao projeto no que concerne às funções básicas do design: forma/função/significado;
- Promover diálogo e práticas de convivência, compartilhando saberes e conhecimentos;
- Trabalhar em equipe, de forma flexível e colaborativa;
- Formular e articular argumentos e contra-argumentos consistentes em situações sócio comunicativas;
- Ler, interpretar e produzir textos com clareza e coerência.

**3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

1. Teoria da Informação.

- 1.1. Teoria da informação e comunicação: contexto e conceitos, quantificação da informação; forma e informação; probabilidade, incerteza, ruído, redundância, periodicidade, mensagem, código, ordem, estrutura, repertório, originalidade e previsibilidade.
- 1.2. Abraham Moles e a informação estética e “não-estética”.
- 1.3. Roman Jakobson e as funções da linguagem.
- 1.4. Aplicação dos conceitos da Teoria da Informação e Comunicação ao design.
- 1.5. Processos de Comunicação; modelos de comunicação; comunicação verbal e não verbal; evolução das mídias.

## 2. Conhecimento

- 2.1. O que é conhecimento.
- 2.2. Realidade lógica e ontológica. Realidade significada, tangível e construída.
- 2.3. O problema da verdade.
- 2.4. A cognição humana. Informação e significação. Código e linguagem.
- 2.10. Processo perceptivo: estímulo, filtros sensoriais, filtros motivacionais, ideologia, autoconceito e percepção seletiva.
- 2.11. Processo cognitivo, memória, aprendizagem e significação. Como operamos com os signos.
- 2.12. Imagem e Representação. Simulação e Simulacro. Cultura e símbolos. Mídia e cultura.

## 3. Semiótica

- 3.1. Introdução às teorias do signo: principais linhas de estudo. Antecedentes históricos. Semiótica e
- 3.2. semiologia. Conhecendo alguns autores ligados à semiótica e semiologia.
- 3.3. Curso de linguística geral de Saussure.
- 3.4. Teoria geral dos signos de Charles S. Peirce.
- 3.5. O fenômeno semiótico: semiose, raciocínio e abdução.
- 3.6. Definição de signo. Taxonomia dos signos. Tipologia dos signos.
- 3.7. Análise semiótica voltada ao design.
- 3.8. Aplicação da semiótica ao design gráfico.
- 3.9. Marca e semiótica.
- 3.10. Adequação da tipologia dos signos ao conceito de projeto.
- 3.11. Mascotes e semiótica.
- 1.12. Cor e semiótica.

## 4. METODOLOGIA

Aula expositiva dialogada. Leitura de textos com debates. Pesquisa. Dinâmica. Jogos. Redação de texto. Trabalhos práticos. Problematização. Aprendizagem colaborativa. Apresentação de slides. Apresentação de Vídeos.

## 5. REFERÊNCIAS

### 5.1 BÁSICAS

NETTO, J. Teixeira Coelho. **Semiótica, Informação e Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 2006.  
NÖTH, Winfried; SANTAELLA, Lúcia. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1999.  
SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

### 5.2 COMPLEMENTARES

ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1980.  
PEIRCE, C.S. . **Semiotica**. São Paulo: Perspectiva, 2012.  
PIGNATARI, Décio. **Informação. Linguagem. Comunicação**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

### 5.3 EXTRAS

MELLO, Andrea Olympio De. A semiótica líquida do pingüim: um mergulho na análise triádica do @pontofrio.

**Signos do Consumo**, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 46, 2017. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/114981>>. Acesso em: 3 fev. 2019.

MIRANDA, Luciana Lobo. A cultura da imagem e uma nova produção subjetiva. **Psicol. clin.**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 25-39, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pc/v19n1/03.pdf>>. Acesso em: 03 Fev. 2019.

SANTAELLA, Lucia, A ecologia pluralista das mídias locativas. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**. Acesso em: 03 Fev. 2019. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550193004>.