

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

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