



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Pós-Graduação *Stricto Sensu*



Programa de Estudos
Pós-Graduados em
Comunicação e
Semiótica

PUC-SP

DLP: Regimes de sentido nas práticas de vida: simulacros de identidade, pertencimento e sociabilidade nas manifestações do consumo (Cód. Disciplina:)

Professora: Valdenise Leziér Martyniuk (cód. Orientação: 005647)

Área de Concentração: Signo e significação nos processos comunicacionais

Linha de Pesquisa: Regimes de sentido nos processos comunicacionais

Semestre: 2º de 2017

Horário: 2ªfeira, das 19h00 às 22h00

Créditos: 03

Carga Horária: 225

Ementa:

A disciplina investiga os estilos de vida da sociedade contemporânea através das diversas formas de gosto e práticas de consumo adotadas na sua busca de sentido, nos planos individual e coletivo. As fundamentações semióticas e psicanalíticas da análise do discurso, da interação e da comunicação darão escopo teórico e metodológico às abordagens.

Nesse semestre, a disciplina concentrará os estudos nas relações de comunicação entre marcas, consumidores, instituições e outros sujeitos que movimentam a cena social pelo viés do consumo, no qual valores são sedimentados ou postos em circulação, impulsionados pela visibilidade dada por aparatos midiáticos diversificados que operam uma complexa rede de simulacros identitários e de modos de viver. O curso será fundamentado na teoria da semiótica discursiva, desenvolvida por Algirdas Julien Greimas, na sociosemiótica de Eric Landowski, nas análises de Jean-Marie Floch e obras de semioticistas dedicados aos estudos das identidades em relação e da consequente construção de axiologia que permeia as práticas cotidianas e refaz os



modos de interação. Dessas práticas, problematizam-se questões que vão das polêmicas às tentativas de pertencimento, às narrativas da experiência e aos encontros inesperados que potencializam choques e reconfigurações de valores. A avaliação apoia-se na participação do aluno em discussões coletivas e na produção de um artigo por discente.

Bibliografia:

FERRARO, Guido. “Il mercato dei desideri”. In Ferraro, Guido. *L’emporio dei segni*. Roma, Meltemi, 1998, pp. 9-40.

FLOCH, Jean Marie. *Semiótica, marketing y comunicación – bajo los signos, las estrategias*. Trad. Maria del Rosario Iacalle y Maria Francisca Fernandes. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1993.

GREIMAS, Algirdas J. e COURTÉS, Joseph. *Dicionário de semiótica*, tomo I. Trad. Alceu A. Lima et al.. São Paulo: Contexto, 2008.

GREIMAS, Algirdas J. Sémiotique. *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Vol. II. Paris: Hachette, 1986.

LANDOWSKI, Eric. *A sociedade refletida: ensaios de sociosemiótica*. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992, pp. 165-172 (Simulacros em construção).

_____. *Presenças do outro: ensaios de sociosemiótica*. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

_____. *Interacciones arriesgadas*. Trad. Desidério Blanco. Lima: Universidad de Lima, Fondo Editorial, 2009.

MARTYNIUK, Valdenise Leziér e OLIVEIRA, Ana Claudia (orgs.). *Sentidos do Consumo: os desafios do cenário contemporâneo à luz da semiótica de Greimas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.



PUC-SP

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Pós-Graduação *Stricto Sensu*



Programa de Estudos
Pós-Graduados em
Comunicação e
Semiótica

SEMPRINI, Andrea. *El marketing de la marca: una aproximación semiótica*. Trad. Teresa Góni. Barcelona: Paidós Iberica, 1995.

_____. *A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea*. Trad. Elizabeth Leone. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2006.

VOLLI, Ugo. *Manual de Semiótica*. Trad. Silva Dabetto C. Reis. São Paulo: Edições Loyola, 2007.