



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



Programa de Estudos
Pós-Graduados em
Comunicação e
Semiótica

DLP: Sentidos dos discursos da pluralidade e diversidade no contexto de valorização da individualidade e da experiência - (Código da Disciplina: P08306)

Professor: Valdenise Leziér Martyniuk (Código de Orientação: 5647)

Área de Concentração: Signo e Significação nos Processos Comunicacionais

Linha de Pesquisa: Regimes de sentido nos processos comunicacionais

Horário: 2ªfeira, das 19h00 às 22h00

Créditos: 3

Carga Horária: 225

Semestre: 2/2022

Ementa:

A necessidade de uma sociedade inclusiva tem tido reflexos em debates contemporâneos sobre a diversidade social, práticas de proteção ambiental e esforços para redução de desigualdade, movidos por iniciativas de coletivos e organizações privadas, além de tomar grande parte dos temas que ilustram as relações cotidianas de cidadãos comuns, vistas em seu engajamento, motivado pela identificação com causas e propósitos e utilizando-se da estrutura de comunicação participativa disponível no mundo digital. Nessa ecologia de discursos, narrativas são multiplicadas e espessadas em sua própria rede de reincidências, na qual a noção de plural pode ser questionada. As bases da teoria semiótica e da sociosemiótica são exploradas para compreender as articulações estratégicas e os modos de construção de significados das manifestações comunicacionais empreendidas sobre esses temas e no contexto apresentado, apoiado na axiologia do individual e da experiência. A disciplina promove análise de expressões de diversos atores sociais (indivíduos apoiadores, pesquisadores e especialistas, corporações, coletivos e movimentos organizados) sobre diversidade, economia

circular, economia criativa, empreendedorismo, ESG – *environment, social and governance*, desenvolvimento sustentável, voluntariado, voluntariado empresarial, operações do terceiro setor, sistema B, *conscious, ethical and green consumerism*, entre outros. Desenvolve a perspectiva crítica de tais movimentos no debate entre inclusão e exclusão e suas graduações, com a participação do aluno em seminários e na escrita de um artigo para bases de avaliação.

Bibliografia:

ALMEIDA, Fernando. **Desenvolvimento sustentável, 2012-2050: visão, rumos e contradições**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ARANTES, Paulo. **O novo tempo do mundo: e outros estudos sobre a era da emergência**. São Paulo: Boitempo, 2014.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos Editora, Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmund. **Danos colaterais: desigualdades sociais numa era global**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. São Paulo: Zahar, 2013.

_____. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2008.

BERTIN, Eric. *L'art du désaccord, nouvelles formes d'interaction stratégiques dans le champ mercatique*. In OLIVEIRA, Ana Claudia (org.). **As Interações Sensíveis: ensaios de sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski**. São Paulo: Estação das Letras, 2013.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CERVELLI, Pierluigi. *A produção dos consumidores; dos locais de consumo do espaço urbano*. In CASTILHO, Kathia e DEMETRESCO, Sylvia. **Consumo, práticas e narrativas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

CHAMBERLIN, L.; BOKS, C. *Marketing Approaches for a Circular Economy: Using Design Frameworks to Interpret Online Communications*. In **Sustainability**, 2018, 10, 2070. <https://doi.org/10.3390/su10062070>.

CITTO, N. Yves, QUESSADA, Dominique. *Du commun au comme-un*, in **Multitudes**, 2011/2, 45, p. 12-22. DOI : 10.3917/mult.045.0012. URL : <https://www.cairn.info/revue-multitudes-2011-2-page-12.html>

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do Cotidiano. Artes de fazer**. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1996.

DOMINGUES, Izabela e MIRANDA, Ana Paula. **Consumo de ativismo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores: 2018.

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 Julien e COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. Vários tradutores. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Semiótica: Dicionario razonado de la teoria del language**, Tomo II. Madrid: Editorial Gredos, 1991.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

IBGE. **Objetivos de desenvolvimento sustentável**. Disponível em <https://odsbrasil.gov.br/>.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro: ensaios de sociosemiótica**. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002, pp. 67-90, 165-175.

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

_____. **Sociosemiótica: uma teoria geral do sentido**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 27, p. 10-20, jun. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014119609>.

_____. **Com Greimas: interações semióticas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017, pp. 151-208.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

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.

MARTYNIUK, Valdenise Leziér; [SILVA, S. B.](#); SILVA, M. F.; COSTA, M. P. A.; [Melo, C. B. O.](#); RICETTO, L. *O empreendedorismo como solução de trabalho no discurso midiático*. **XXVI Colóquio do Centro de Pesquisas Sociosemióticas**, 2020.

MARTYNIUK, Valdenise Leziér; LAS CASAS, Alexandre Luzzi; SILVA, S. M.; VIEIRA, A. M. *Estudo sobre as atitudes da geração millennials do estado de São Paulo frente às marcas que praticam greenwashing*. **Enapad**, 2021.

MARTYNIUK, Valdenise Leziér. **A gestão das marcas de corporações baseada em ESG no cenário “pós”-consumismo**. No prelo, 2022.

PETITIMBERT, Jean-Paul. *(Re)penser la marque à l'ère du « post-consumérisme » ?*. In **Revista Acta Semiotica**, 2021, (2), 222–238. <https://doi.org/10.23925/2763-700X.2021n2.56794>

PEVERINI, Paolo. **Social Guerrilla: semiótica dela comunicazione non convenzionale**. Roma: Luiss University Press, 2014.

