



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



Programa de Estudos
Pós-Graduados em
Comunicação e
Semiótica

DLP: Regimes de sentido nas mídias: *discurso publicitário & estéticas do desejo*

Professor: Oscar Angel Cesarotto (cód. orientação: 6885)

Área de Concentração: Signo e significação nos processos comunicacionais

Linha de Pesquisa: Regimes de sentido nos processos comunicacionais

Dia e horário: Quartas, das 12:45h às 15:45h

Carga Horária: 225 horas

Créditos: 03

Semestre: 2º de 2016

A disciplina estuda os regimes de produção de sentido nas diversas mídias, com base nas teorias semióticas, da linguagem & da comunicação. Serão desenvolvidas ênfases epistemológicas conforme a(s) mídia(s), recebendo, em consequência, títulos específicos: regimes de sentido nas linguagens visuais, verbais, sonoras & suas convergências.

Entanto laço social, a publicidade se apresenta como o aspecto visível da mercantilização do mundo; enquanto discurso midiático trata-se de uma amálgama entre sedução & mandato, convite & coação. As constelações de signos que compõem as mensagens incorporam a estrutura narrativa dos sonhos de maneira linear, para chegar sempre ao final feliz, a realização do desejo, a aquisição do produto apregoado. Até o impossível vira realidade viável, pela criatividade do anunciante se adentrando na imaginação do espectador, candidato a consumidor.

O quê põe em funcionamento a maquinaria do devaneio & da salvação desiderativa, as vontades calculadas, os apetites por impulso, ainda que alienados? Algumas categorias importadas da psicanálise são



PUC-SP

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



Programa de Estudos
Pós-Graduados em
Comunicação e
Semiótica

de grande utilidade no campo da comunicação, propiciando a extração de uma semiótica que compreende o inconsciente, para além da cognição. As causas do querer podem ser induzidas, deduzidas, abduzidas & interpretadas segundo a trilogia dos registros habitados pelos seres falantes: Simbólico, Imaginário & Real.

Palavras & imagens criam sentidos & prometem gozos, visando à adesão ao desejo do Outro, imperativo pelo domínio dos códigos em jogo. A competência dos conteúdos, validada pela manipulação dos meios & das formas de expressão, pauta éticas & promove estéticas. Marcas & logos são insígnias, significantes que representam seus usuários para outros sujeitos, estes também implicados nos circuitos de consumo. Na sociedade capitalista, na civilização atual, na cultura material, os objetos manufaturados encantam, menos pelo seu valor de uso, mais pelo seu apelo libidinal.

BIBLIOGRAFIA:

CESAROTTO, Oscar – *Sedições* – São Paulo: Iluminuras, 2008.

DUFOUR, Dany-Robert – *A cidade perversa* – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

ELLSWORTH-JONES, Will – *Banksy – Por trás das paredes* – Curitiba: Nossa Cultura, 2013.

FREUD, Sigmund – *Interpretação dos sonhos* (1900)

A transmutação das pulsões (1917) in Obras

Completas.

LACAN, Jacques – *Significação do falo* in Escritos – Rio de Janeiro:

Jorge Zahar Editor, 1996.

LIPOVETSKI, Gilles – *A estetização do mundo* – São Paulo: Companhia das Letras, 2015.



PUC-SP

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



Programa de Estudos
Pós-Graduados em
Comunicação e
Semiótica

MILLER, Daniel – *Trecos, troços & coisas* – Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

NORMAN, Donald – *Design emocional* – São Paulo: Rocco, 2008.

PAGLIA, Camille – *Imagens cintilantes* – Rio de Janeiro: Apicuri, 2014.

PEREZ, Clotilde – *Mascotes* – São Paulo: Cengage, 2012.

SANTAELLA, Lucia – *Estratégias semióticas na publicidade* – São Paulo: Cengage, 2013.

SANTAELLA, Lucia & HISGAIL, Fani (orgs) – *Semiótica psicanalítica – Clínica da cultura* – São Paulo: Iluminuras, 2013.