

COMUNICAÇÃO APLICADA

Professora: Carolina Lara Kallas
UNIP 2011

Referências para a NP1

Aula 1 O que é Comunicação

Este texto foi preparado por Carolina Lara Kallas com base em estudos realizados por:
“O objeto da Comunicação / A Comunicação como objeto” In: Antonio Hothfeldt e outros (orgs) .
Vera Regina França. Teorias da Comunicação . Ed. Vozes

Estudos de Midia UFF
<http://estudosdemidia.ning.com/profiles/blogs/o-objeto-da-comunicacao-a>

Video.Grafias / Universidade Aberta

www.univ-ab.pt

<http://www.univ-ab.pt/~bidarra/hyperscapes/video-grafias-321.htm>.

<http://www.univ-ab.pt/~bidarra/hyperscapes/video-grafias-8.htm>.

<http://www.univ-ab.pt/~bidarra/hyperscapes/video-grafias-319.htm>

AULA 2 - O que é Semiótica

Bibliografia Obrigatória:

O que é semiótica. Lucia Santaella. editora Brasiliense. Coleção Primeiros Passos

Texto do livro: o signo a luz do espelho – Cultura de Mídias. Lucia Santaella.

<http://www.pucsp.br/pos/cos/cultura/semicult.htm>

<http://www.pucsp.br/pos/cos/cultura/conceito.htm>

<http://www.pucsp.br/pos/cos/cultura/campo.htm>

<http://www.pucsp.br/pos/cos/cultura/modeliza.htm>

Sites para pesquisa

www.cisc.org.br

www.pucsp.br/pos/cos/cultura/semiruss.htm

www.semiotica.com.br www.usabilidoido.com.br/cat_semiotica.html

<http://agra.faap.br/nsemiotica1imp/ppframe.htm>

<http://www.paradigmas.com.br/parad12/p12.5.htm>

<http://bocc.unisinis.br/pag/texto.php?html2=peirce-charles-fixacao-crenca.html>

<http://www.cap.eca.usp.br/wawrwt/version/textos/texto02.htm>

Parte da Monografia de Ana Claudia Moraes Juliano. Universidade de Marília, 2006.

Disponível integralmente

na

<http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/e2a7790dca4f6f2ad618a452fb7d8047.pdf>.

15/03/2011.

página:

Acesso

Resumo

A- Charles Sanders Pierce

Dividiu o signo em 3 e os relacionou com as categorias do pensamento:

Primeiridade – categoria da primeira impressão ou sentimento (feeling) que recebemos no momento

presente;

Secundidade – categoria do relacionamento direto (visual e/ou sensorial) com o elemento físico (matéria),
o sentimento tem que estar encarnada numa matéria ;

Terceiridade – categoria de inter-relação entre o que sentimos, visualizamos e identificamos dentro de nossas leis, valores, convenções e cultura

1 - Ícone (Qualidade)

Corresponde ao
Acaso
Originalidade
Livre
Intuição
Impressão
Qualidade de
Ser e sentir
Consciência
Imediata
Icônica
Quali signo
Ícone

2- Índice (Relação)

Corresponde à
Ação e reação
Dos fatos concretos
Existentes
Reais
Experiência
O que nos faz pensar
Agir / Interagir
Consciência
Dupla Bipolar
Eu / outro
Indicial
Sin-signo
Índice

3- Símbolo (Lei)

Mediação ou
Processo
Aquisição de novos
Hábitos
Lei consensual
Síntese Intelectual
Conclusão
Percepção
Dedução
Significado
Consciência
Simbólica
Legi-signo
Símbolo

B- Ferdinand de Saussure - Semiologia

Signo: $\frac{\text{Significante (P.E)}}{\text{Significado (P.C)}}$

Significante: a forma na qual o conceito é representado, corresponde ao plano de expressão.

Significado: o conteúdo, o tema. O que esta sendo representado, corresponde ao plano de conteúdo.

Questões sobre o texto : O signo a luz do espelho - Santaella

- 1) O que é releitura?
- 2) O que é signo? Qual a relação do signo, da linguagem e do mito?
- 3) Qual a relação do mito com a cultura?
- 4) O signo é sempre material? Quais os tipos de signos?
- 5) O que é paradigma? O que é metáfora?
- 6) O que foi a Invenção de Morel? Porque podemos relaciona-la com o Mito de Narciso e com o conceito de signo?
- 7) O que é o caráter "duplo" do signo e como podemos explicar que nós também somos duplos?
- 8) Quem foi Volochinov? Quem é Lucia santaella?
- 9) Segundo o texto qual o impacto (ou mesmo, a relação) da fotografia com o signo?

10) porque o signo, assim como a fotografia, é a presença de uma ausência?

11) Qual a relação intrínseca do signo com a manipulação e ideologia?

Aula 3 - Fases, processos e funções da Comunicação. Meios de Comunicação. O Poder da Comunicação

Funções da Linguagem:

www.algossobre.com.br/gramatica/funcoes-da-linguagem.html. Acesso 15/03/2011

Fases da Comunicação:

<http://sociologyofcommunication.blogspot.com/2008/05/processos-e-fases-da-comunicacao.html>

História da Comunicação*:

O Poder da Comunicação**

BORDENAVE, Juan Dias. O que é Comunicação. Editora : Brasiliense, coleção primeiros passos.

Disponível em:

http://www.4shared.com/document/Oay_FWNg/O_que__Comunicacao_-_Juan_Borden.html

Por ser um livro antigo, muitos de seus conceitos estão ultrapassados, portanto é necessário fazer uma leitura crítica a respeito de seu conteúdo.

Sugiro a leitura (apenas) dos seguintes capítulos:

*Prólogo (p.7)

*O meio ambiente social da comunicação (p.12) - O meio em nossas vidas

*Do grunhido ao satélite (p.23)

*As fases do processo (41 a 45)

PULAR as funções do processo

PULAR os tipos de significado

**Parte II - O poder da Comunicação

A manipulação da linguagem (p.83 a 91)

O poder da Comunicação e a Comunicação no Poder

Sugestão de leitura - Texto disponível na Xerox ou com o representante de sala:

(Trazer texto impresso para a próxima aula)

O Poder da Imagem Um olhar sobre a percepção e produção Imagística humana e suas possibilidades Comunicacionais. Autora: Aline de Menezes

Aula 4 - C.A - Conceitos básicos de publicidade e Marketing. História do Marketing

LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade. São Paulo: Futura, 2000. (Disponível na Biblioteca)

Pegar linha cronológica com os principais marcos do marketing e da Comunicação (Disponível na xerox)

http://www.marketingonline.com.br/conceitos_de_marketing.htm

Aula 5 - CA - Figuras de Linguagem

Aulas da Professora Silvia Zampar - UNIP

Trabalhos sobre figuras de linguagem – Turma Jundiaí – Silvia Zampar

http://newmidiapropaganda.com.br/CA/Trab1_FigLinguagem.pdf

Introdução:

*www.comtexto.com.br/convicomartigoPatriciaBazani.htm

www.agenoralessandro.blogspot.com.br/2006_01_01_archive.html
www.algosobre.com.br/gramatica/figuras-de-linguagem.html.
www.multiculturas.com/retorica/textimag.htm
<http://designsal.wordpress.com/2010/07/13/a-personificacao-na-propaganda/>

Monografia Interessante

FIGURAS DE LINGUAGEM NO DISCURSO PUBLICITÁRIO: ANÁLISE DE ANÚNCIOS EM REVISTAS

Autora: Ana Claudia Moraes Juliano.
Universidade de Marília, 2006.

Disponível integralmente na página:
<http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/e2a7790dca4f6f2ad618a452fb7d8047.pdf>.

BIBLIOGRAFIA COMPLETA DA EMENTA (Toda a materia Np1 e Np2)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade. São Paulo: Futura, 2000
PIETROFONTE, Antonio Vicente. Semiótica Visual. São Paulo: Contexto, 2007
NASSAR, Paulo et al. O que é comunicação empresarial. São Paulo: Brasiliense, 2000.
SANTAELLA, M. LUCIA. O Que é Semiótica. São Paulo: Brasiliense, 2003 (Coleção Primeiros Passos).
SANTAELLA, M. Lúcia. Semiótica Aplicada. São Paulo: Thompson, 2004
VOLL, Ugo. Semiótica da Publicidade. Lisboa: Edições 70, 2003

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAMPBELL, J. O poder do Mito. São Paulo: Palas Athena, 1990.
CARVALHO, Nelly. A linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 1996
JAKOBSON, Roman. Linguística e Comunicação. 17ª edição. São Paulo: Cultrix, 2001
• KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Editora Atlas, 2002.
RANDAZZO, Sal. A criação de mitos na Publicidade. Rio de Janeiro. Rocco, 1996.
VESTERGARD, TORBEN. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 2000