



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**CENTRO DE ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>	Campus Goiabeiras		
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> 16 de março de 2023			
<b>Docente Responsável:</b> Flávia Mayer dos Santos Souza			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/7612159350183081">http://lattes.cnpq.br/7612159350183081</a>			
<b>Disciplina:</b> Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação			<b>Código:</b> COS 04846
<b>Pré-requisito:</b>	Não consta		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos: 4</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	60h		
<b>EMENTA</b>			
A pesquisa (conceitos, objetivos e classificações). Tipos de pesquisa. Etapas de uma pesquisa, organização da base teórica. Instrumentos para coleta de dados (o questionário e a entrevista). Paradigmas científicos da pesquisa em comunicação. Planejamento de um projeto de comunicação.			
<b>OBJETIVOS</b>			
<b>Geral:</b> Elaborar projetos para o desenvolvimento de pesquisas no campo da Comunicação Social.			
<b>Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender as teorias e metodologias de pesquisa em Comunicação Social;</li><li>• Entender os diferentes tipos de pesquisa científica e as etapas constitutivas de cada uma delas;</li><li>• Conhecer as normas de apresentação de projetos de pesquisa – ABNT;</li><li>• Debater limites éticos na pesquisa e a importância do pensamento crítico frente ao domínio da técnica;</li><li>• Elaborar o projeto de pesquisa.</li></ul>			
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>			
<b>UNIDADE 1: INTRODUÇÃO À PESQUISA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• As características de cada modalidade de projeto de pesquisa: gêneros e formatos.</li><li>• A importância da revisão de literatura e das teorias como referência para a realização de uma pesquisa.</li><li>• Ética nos trabalhos acadêmicos</li><li>• A pesquisa em Publicidade e Propaganda</li></ul>			

## UNIDADE 2: ELABORAÇÃO E ETAPAS DO PROJETO DE PESQUISA

- Apresentação e contextualização do tema
- Revisão de literatura
- Questão de investigação
- Definição dos objetivos gerais e específicos
- Definição do corpus
- Referencial teórico
- Procedimentos metodológicos
- Formatação/ABNT - elementos pré e pós textuais (capa, folha de rosto, resumo, palavras-chave, sumário, listas, referências, apêndices, anexos)

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRAGA, Jose Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MARTINO, Luiz C (Org.). **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, [Belo Horizonte]: Compós, 2010

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio; NOVELLI, Ana Lucia Romero (Org.) et al. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. 4. ed. rev. e ampl. Campinas, SP: Alínea, 2007

MOREIRA, Herivelto; CALEFFE, Luiz Gonzaga. **Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2008

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. rev. e ampl. -. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências**. 7. ed. São Paulo, SP: Cortez, 2010.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2009.

### SITES:

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR (CAPES). **Catálogo de Teses e Dissertações**. Disponível em: <<https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>> Acesso em 29 junho 2019.

INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/trabalhos.htm>> Acesso em 29 junho 2019.

INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/trabalhos.htm>> Acesso em 29 junho 2019.

PRÓ-PESQ PP – ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Disponível em <<https://www.abp2.org/anais>> Acesso em 29 junho 2019.

### METODOLOGIA

**Os métodos utilizados são:** aula expositiva e dialogada; leitura de textos do referencial teórico; redação do projeto; orientações individuais e coletivas.

**Os recursos técnicos são:** quadro, pincel, projetor, computador com acesso à internet.

### CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

#### 1) Elaboração do projeto – Parte 1 - 10 pontos

Apresentação (oral + slides) contendo o início do projeto (aula 5)

Apresentação e Contextualização do tema; questão de investigação; definição dos objetivos gerais e específicos; delimitação do corpus; definição das palavras-chave; elementos pré e pós-textuais. (aula 10)

## **2) Elaboração do projeto – Parte 2 - 10 pontos**

Referencial teórico; procedimentos metodológicos; elementos pré e pós-textuais. (aulas 13 e 14)

A nota final será a média das 2 (duas) modalidades de avaliação (Parte1 + Parte 2). Será considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 7,0 (sete). Caso o aluno não alcance a média, será dada nova oportunidade de recuperação, com entrega do projeto conforme as correções e recomendações feitas pela docente nas partes 1 e 2 do trabalho.

Frequência: A frequência será aferida respeitando a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996), que determina a participação dos(as) estudantes em 75% (setenta e cinco por cento) do conjunto das aulas e atividades planejadas para a disciplinas, considerando a carga horária total.

### **CRONOGRAMA**

Aula 01 - Apresentação da disciplina/ materiais/avaliações/modelo e etapas do projeto  
A pesquisa em Publicidade e Propaganda. Monografia e projeto experimental

Aula 02 e 03 – Tema e contextualização/Rev.Literatura/Questão de investigação/ objetivos gerais e específicos/corpus de análise  
Apresentação de pesquisas de egressos do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades e do curso de Publicidade e Propaganda da Ufes

Aulas 04 - Tema e contextualização /Rev.Literatura/Questão de investigação/ objetivos gerais e específicos/corpus de análise/Referencial teórico/Orientação

Aula 05 – Apresentação oral (slides) contendo: Tema e contextualização /Palavras-chave/Rev.Literatura/Questão de investigação/ objetivos gerais e específicos/corpus de análise

Aula 06 - Referencial teórico

Aula 07 - Referencial teórico

Aula 08 - Referencial teórico

Aula 09 - Orientações

Aula 10 - Orientações e entrega da parte 1

Aula 11 - Procedimentos metodológicos

Aula 12 - Procedimentos metodológicos

Aula 13 - Procedimentos metodológicos/ Orientações e entrega parte 2

Aula 14 - Orientações e entrega parte 2

Aula 15- Fechamento disciplina (devolução trabalhos, médias, orientações)

Email: [flavia.m.souza@ufes.br](mailto:flavia.m.souza@ufes.br)