



## Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.  
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620  
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia  
Site: [www.fat.edu.br](http://www.fat.edu.br) E-mail: fat@fat.edu.br  
CGC: 01.149.432/0001-21

### PROGRAMA DE DISCIPLINA

|  |   |
|--|---|
| <b>CURSO</b>                                     | <b>ANO LETIVO</b>                         |
| COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE<br>E PROPAGANDA | 2015.2                                    |
| <b>CÓDIGO</b>                                    | <b>DISCIPLINA</b>                         |
| PUB007   | METODOLOGIA DA PESQUISA EM<br>COMUNICAÇÃO |
| <b>CARGA HORÁRIA</b>                             | <b>SEMESTRE DE OFERTA</b>                 |
| 72H  | 2º  |

#### EMENTA

O conhecimento e o conhecimento científico. A ciência moderna e a crise dos paradigmas. Método do trabalho científico. Tipos de pesquisa. Fases da pesquisa. O projeto de pesquisa. A pesquisa em comunicação no Brasil, suas abordagens teórico-metodológicas e os procedimentos técnicos.

#### OBJETIVOS

Desenvolver o pensamento crítico, a prática e a disciplina para a investigação científica no campo da Comunicação Social;

- Alargar o horizonte cultural dos alunos, através dos conhecimentos da metodologia científica como agente simplificador e fundamental para o processo de aquisição do conhecimento;
- Apresentar os principais métodos e etapas para a elaboração de um projeto de pesquisa;
- Capacitar o aluno para:  
Elaboração e apresentação de trabalhos científicos;  
Elaboração de esquemas, resumos, fichamentos, resenhas, etc.;

Organização e apresentação de seminários e debates;  
Elaboração de projeto de pesquisa.

## PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT, objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter conhecimento científico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### **Unidade I - O conhecimento e o conhecimento científico**

As concepções de conhecimento.

A ideologia e a neutralidade.

Uso de técnicas de organização do estudo.

Fichamento.

Resumo.

Resenha.

### **Unidade II - Projeto de Pesquisa e Método do trabalho científico em comunicação**

Tipos de pesquisa e fases.

Referencial teórico.

Metodologia e cronograma.

Questões de pesquisa.

Referências.

Diretrizes para a leitura, análise e interpretação de textos.

Normas da ABNT.

A pesquisa em comunicação no Brasil, suas abordagens teórico-metodológicas e os procedimentos técnicos.

Estratégias de pesquisa.

## METODOLOGIA

Na condução do curso, serão utilizadas as seguintes estratégias de ensino-aprendizagem:

Aulas expositivas;

a) Discussão de material de pesquisa e bibliografia;

b) Seminários temáticos;

c) Produção de projeto de pesquisa.

#### **AVALIAÇÃO**

A avaliação será processual composto por: Prova Escrita Individual; Trabalhos/Atividades individuais (resenhas / fichamento / resumo); Trabalhos em equipe – Projeto de Pesquisa (oral e escrito).

Trabalhos/Atividades individuais (resenhas / fichamento / resumo); Trabalhos em equipe – Projeto de Pesquisa (oral e escrito).

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BARROS, Antonio. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

DURAN, Gilbert. Mito, Símbolo e Metodologia. Lisboa: Presença, 1982.

LAKATOS, E. M, MARCONI, M. de. A Metodologia do Trabalho Científico. São Paulo: Atlas, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Loyola, 2001.

SEVERIANO, <sup>a</sup> J. Metodologia do Trabalho Científico. São Paulo: Cortez, 1985.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

DEMO, Pedro. Introdução a Metodologia da Ciência. São Paulo: Atlas, 1985.

FERREIRA, Giovandro Marcus, DALMONTE, Edson Fernando (orgs). Comunicação e Pesquisa: região, mercado e sociedade digital. Salvador: EDUFBA, 2007.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, E. M, MARCONI, M. de. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo: Atlas, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Loyola, 2001.

LUCKESI, Cipriano, BARRETO, Eloi, COSMA, J., BAPTISTA, N. Fazer Universidade: Uma proposta Metodológica. São Paulo: Cortez, 1987.

OLIVEIRA, Jorge Leite de. Texto acadêmico: técnicas de redação e de pesquisa científica. 8. Ed. – Petropolis, RJ: Vozes, 2012.

**COLEGIADO DO CURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA**