

Nome do candidato

TÍTULO DO PROJETO

Projeto de Pesquisa apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria como requisito parcial para a seleção de ingresso ao Curso de Mestrado.

Linha de Pesquisa:

Santa Maria, RS

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

1.1 Instituição

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
UFSM - Prédio 21 – Campus Universitário José Mariano da Rocha Filho
Santa Maria – RS – Brasil - CEP: 97.105.900
Telefone/fax: (55) 3220-8579
www.ufsm.br/poscom

1.2 Título do Projeto

1.3. Linha de Pesquisa:

1.4. Candidato (a)

Nome
Endereço
Telefone
e-mail

1.5. Resumo

(problema, objetivos e metodologia em 5 linhas).

1.6. Palavras-chave

Ligadas ao tema e que permitam indexar o trabalho em grupos de pesquisa da instituição, nacionais e internacionais – ver Diretório de grupos de pesquisa na Plataforma Lattes do CNPq (www.cnpq.br), e artigos científicos apresentados na COMPÓS (www.cmpos.org/biblioteca) e INTERCOM (<http://www.portalintercom.org.br/>).

2.TEMA

A escolha do tema deverá ser feita com a observância de critérios objetivos e precisos, considerando como fatores mais importantes a originalidade do assunto, sua inserção no campo de estudos da comunicação midiática e na linha de pesquisa em que o candidato pretende ingressar.

3.DELIMITAÇÃO DO TEMA

Significa reduzir a extensão da pesquisa, tornar o assunto o mais viável possível, colocando-se limites, situando-o dentro do tempo e espaço. Temas extensos não possibilitam análise mais profunda ou demandam muito tempo. O candidato deve considerar o tempo máximo para a conclusão do mestrado (dois anos ou 24 meses).

4. PROBLEMA DE PESQUISA

Formular o problema consiste em dizer, de maneira clara e compreensível, qual a dificuldade que o projeto pretende enfrentar, delimitando o seu campo de abrangência e apresentando suas características.

O problema é o foco central da pesquisa a ser realizada. Pode ser redigido em forma de uma pergunta ou perguntas, que envolvam as dificuldades teóricas e/ou práticas para as quais o pesquisador deve propor respostas provisórias (hipóteses). Antes de formulá-lo ou descrevê-lo é necessário fazer uma revisão

bibliográfica sobre o tema escolhido. Ele é construído a partir da problematização de proposição de autores ou de dados de pesquisas já realizadas. Essa problematização dá sustentação às questões que norteiam a pesquisa, que funcionam como um eixo que sustenta a investigação.

A cientificidade da construção do projeto está na articulação das questões norteadoras da pesquisa com um problema teórico, ou seja, no estabelecimento de um diálogo com os autores que podem nos ajudar na caminhada. Aqui está o que Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2001) chama de ruptura epistemológica, quer dizer, a capacidade do autor da pesquisa em recortar e refletir sobre um novo ângulo o tema escolhido, o que inclui desde o aspecto teórico sobre um determinado assunto até as etapas de uma metodologia.

5 – JUSTIFICATIVA

A construção de uma justificativa vai além de uma atitude retórica de convencimento sobre a pesquisa. Deve explicitar especialmente a importância da pesquisa para o campo da comunicação, para a área de concentração do Programa (Comunicação Midiática) e para a linha de pesquisa escolhida pelo proponente do projeto (Mídia e Estratégias Comunicacionais ou Mídia e Identidades Contemporâneas).

A justificativa é de caráter pessoal devendo o aluno destacar a importância e os motivos da escolha do tema e a relevância social e científica da pesquisa e deverá ser feita em linguagem simples e clara, sem a utilização de citações.

Nesta etapa são justificadas a escolha do tema, a importância da pesquisa e as possíveis contribuições para o campo de pesquisa em estudo. O pesquisador pode ainda, demonstrar que tem condições físicas, materiais e intelectuais para a realização do projeto dentro do tempo previsto.

6 - OBJETIVOS

Os objetivos são as metas que o pesquisador pretende constatar, verificar, analisar para esclarecer o problema de pesquisa. Os objetivos pretendem sempre examinar o objeto dentro de determinados parâmetros.

Os objetivos podem ser de duas ordens: geral e específicos.

Objetivo geral: busca definir uma meta para todo o trabalho. Está ligado à formulação do problema e à proposição das hipóteses. Traduz o que a pesquisa procura alcançar.

Objetivos específicos: explicitam as operações processuais que, articuladas, permitem alcançar o objetivo geral. Estão ligados diretamente à estrutura, ao atendimento de questões mais particulares da pesquisa. Os objetivos específicos podem ser estabelecidos a partir de cada capítulo do “sumário provisório”.

Desenvolver, verificar, analisar, investigar, descrever, comparar, identificar, são verbos utilizados na elaboração dos objetivos.

7. EMBASAMENTO TEÓRICO

O embasamento teórico é constituído por três etapas: consulta bibliográfica preliminar (revisão bibliográfica), marco teórico (teoria de base) e definição de conceitos. Deve formar um texto logicamente coerente dentro do qual o trabalho do pesquisador se fundamenta.

A consulta bibliográfica preliminar serve para dar ao pesquisador a certeza da existência de material disponível e acessível que permitirão atingir os objetivos específicos estabelecidos. Possibilita uma visão geral e atual da temática a ser trabalhada, selecionando os itens que constituirão a estrutura provisória dos capítulos da monografia.

Situar o trabalho de pesquisa em um marco teórico é fundamental para a manutenção do raciocínio lógico e coerente ao longo de todo o trabalho de pesquisa. Além disso, permite a localização dos pesquisadores e grupos que trabalham com o tema e a situação da pesquisa no campo teórico dos estudos em comunicação.

A construção de um conjunto articulado de conceitos e de proposições, que possam dar sustentação à compreensão do problema de pesquisa, é a essência do embasamento teórico. É formado pelo estudo, apropriação e/ou confronto dos referenciais teóricos utilizados, os quais são articulados de forma a dar sustentação ao problema de pesquisa.

È o momento de ultrapassar o nível de resenha ou fichamento dos autores e de fazer uma reflexão sobre os conceitos mobilizados pela pesquisa. Torna-se necessário esclarecer qual a compreensão que podemos ter sobre o problema de pesquisa utilizando esses conceitos, através de que ângulos ou aspectos.

8 .METODOLOGIA

Mencionar as opções metodológicas, referentes aos métodos e técnicas, que serão utilizados na construção do raciocínio lógico que acompanhará o desenvolvimento da estrutura provisória do projeto de pesquisa. O método é o caminho para se chegar a um fim.

Descrever como será formado o corpus de pesquisa e como será analisado. Explicar as razões das escolhas e sua fundamentação.

As opções metodológicas referentes ao corpus da pesquisa ou amostra devem ser construídas e justificadas com base no problema de pesquisa. Deve-se esclarecer como será feita a construção de categorias de descrição/análise e as técnicas que permitirão capturar os dados a serem estudados. Pode-se avançar na construção de roteiros, pautas ou instrumentos.

9 – CRONOGRAMA

Todas as atividades incluindo a defesa da dissertação de mestrado devem ser cumpridas no prazo máximo de 24 meses.

ATIVIDADES	2013	2014	2015 Março
Cumprimento de créditos por meio de disciplinas e atividades complementares	X	X	
Revisão do Projeto de Pesquisa	X		
Qualificação do Projeto		X	
Publicação em periódicos científicos	X	X	
Redação Final		X	
Abertura do processo de defesa (60 dias antes da data de defesa)		X	
Finalização da dissertação e entrega para avaliação da banca (30 dias de antecedência)		X	
Defesa da dissertação a partir de março de 2014 (prazo mínimo -12 meses) até março de 2015 (prazo máximo - 24 meses)		X	X (prazo máximo) Primeira semana de março de 2015 é o último prazo para defender a dissertação de mestrado (24 meses).

10. BIBLIOGRAFIA

Deve ser registrado todo o material que possibilitou um conhecimento prévio sobre o tema e sua delimitação. Relação de todas as obras consultadas em ordem alfabética conforme determina ABNT. (autor, obra, edição, local, editora, ano de publicação)

BRAGA, J. L. LOPES, M. I. V. de; MARTINO, L.C. (Org.) **Pesquisa empírica em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

BAUER, Martin W. e GASKEL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 1988.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

JOHNSON, Telma. **Pesquisa social mediada por computador**: questões, metodologias e técnicas qualitativas. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

LAGO, Cláudia e BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em Jornalismo**

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em comunicação**. Formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. (Org.) **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2007.

MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação**: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa**. Projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker, 2001.

11. SUMÁRIO PROVISÓRIO DA DISSERTAÇÃO

Indicar aqui os capítulos e suas subdivisões

INTRODUÇÃO

CAPÍTULO I

1.1

1.2

1.3

CAPÍTULO II

2.1

2.2

2.3

CAPÍTULO III

2.1

2.2

2.3

CONSIDERAÇÕES FINAIS

BIBLIOGRAFIA