



DIAGNÓSTICOS E METODOLOGIA EM COMUNICAÇÃO

O plano de ensino poderá sofrer alterações por parte do professor.

INSTITUTO BRASILEIRO
DE ENSINO,
DESENVOLVIMENTO E
PESQUISA

PROGRAMA DE
MESTRADO EM
COMUNICAÇÃO
DIGITAL

Carga Horária: 36h
Créditos: 02
Categoria: Optativa

Ementa

A presente disciplina tem por objetivo apresentar em tela métodos de pesquisa amparados cientificamente pelas ciências sociais aplicáveis ao campo da comunicação. Dados secundários, primários (pesquisas quantitativas e qualitativas) e análise do discurso serão retratados com maior ou menor profundidade.

A disciplina está estruturada em três eixos de conteúdos: 1) a comunicação e o campo científico; 2) Metodologias de pesquisa e a comunicação; e, 3) três mundos que se apresentam como objeto de estudo da comunicação: mundo objetivo, mundo percebido e mundo desejado - contribuições da Escola pragmaticista, além da exposição de exemplo de abordagem reputacional.

De uma forma geral, a disciplina traz a perspectiva de que o público potencialmente reage ao que comunica e que não absorve informações de forma automática. A perspectiva do público que reage, que interpreta, que apreende de forma não automática, reforça o protagonismo das metodologias de pesquisas comportamentais.

Objetivos de aprendizagem

- Introduzir elementos básicos que possam estimular estudos mais avançados pelos mestrandos;
- Apresentação de conceitos que possam ser acessados para a produção de trabalhos acadêmicos;
- Exposição de métodos que possam orientar atividades profissionais no campo da comunicação.

Módulo I – Composto por um encontro remote e três presenciais

Tópicos

- COMUNICAÇÃO E O CAMPO CIENTÍFICO
 - Escolas de Comunicação: abordagens e conceitos;
 - Contribuições das ciências sociais aplicadas.



- METODOLOGIAS DE PESQUISA E A COMUNICAÇÃO
 - Dados secundários;
 - Pesquisa Quantitativa;
 - Contribuições do campo semiótico;
 - Análise do discurso - notas introdutórias.

Leituras

HOHLFELDT, Antônio et al. Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. 9 Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

AGRESTI, Alan e FINLAY, Bárbara. Métodos estatísticos para as ciências sociais. 4 Ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. Estratégias semióticas da publicidade. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

ABREU, A. S. A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção. 13. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2009.

Módulo II – Composto por um encontro remote e três presenciais

Tópicos

- TRÊS MUNDOS DA COMUNICAÇÃO - CONTRIBUIÇÕES PRAGMATICISTAS | REPUTAÇÃO: UMA ABORDAGEM
 - Pesquisa qualitativa;
 - Realidade objetiva, expectativas e percepção;
 - Reputação: uma abordagem.

Leituras

SANTAELLA, L. Percepção: fenomenologia, ecologia, semiótica. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

POUPART, Jean et al. Pesquisa Qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

GOMES, Fábio da Silva. Reputação em Dois Estágios: Construção Social de Padrões e de Julgamentos. Jundiaí-SP: Paco Editorial, 2023.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. A construção social da realidade. 25. ed. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2005.