ANEXO I

**REGRAS GERAIS DE APRESENTAÇÃO DO PRÉ-PROJETO DE PESQUISA**

O Pré-Projeto de Pesquisa é um instrumento obrigatório da avaliação para o ingresso no ~~Mestrado do~~ Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP.

Deve ser elaborado de modo a favorecer a compreensão das intenções de pesquisa do candidato, assim como a aderência às Linhas de Pesquisa e vínculo com as atividades de investigação em andamento no PPG em Comunicação da UNIP.

Por se tratar de um Pré-Projeto, a proposta deve ser constituída de modo sucinto, uma vez que após o ingresso no Programa, alterações temáticas e/ou metodológicas poderão ser solicitadas pelo orientador visando à melhor adequação aos propósitos e abrangência da pesquisa ~~em nível de mestrado~~ ou, mesmo, maior pertinência e relevância com relação ao estado da arte das pesquisas na área de Comunicação.

O projeto deverá apresentar com clareza o tema a ser abordado, uma vez que é ele o objeto de estudo proposto para análise do ingresso do(a) candidato(a). Para tanto, deve ser exposto de forma clara e objetiva, com indicações expressas do objeto a ser estudado.

Espera-se assertividade na delimitação do foco da pesquisa, em consonância com as condições de acesso ao *corpus*, com adequação à área de Comunicação, em especial ao âmbito da Cultura Midiática, e com aderência ao problema a ser pesquisado.

É importante ressaltar que o Pré-Projeto de Pesquisa deve ser escrito de modo a possibilitar que todos compreendam os argumentos apresentados. Assim sendo, deve-se evitar linguagem complexa que dificulte a compreensão das ideias contidas na proposta. Recomendamos que sejam evitadas redações longas, complexas, desordenadas e com erros ortográficos ou gramaticais. Consideramos que a redação sintética e bem feita é indicativa da qualidade da proposta apresentada.

**FORMATAÇÃO DO PROJETO**

Os textos devem ser apresentados em papel branco, sem marcas ou imagens de fundo, formato A4, na cor preta, podendo utilizar outras cores somente para as ilustrações. Recomendamos a utilização da fonte Arial ou Times New Roman, corpo 12, para todo o texto, com exceção das citações com mais de três linhas, as quais devem ser digitadas em corpo 10 e recuadas a 4 cm da margem esquerda. O corpo do texto deve ser elaborado com espaçamento entrelinhas de 1,5. Títulos das subseções devem ser separados do texto que os precede ou os sucede por dois espaços 1,5 (dois ENTER total = 3 cm) Os títulos sem indicativo numérico (sumário, referências, apêndices e anexos) devem ser alinhados à esquerda. As citações devem ser de acordo com as normas da ABNT, NBR10520, ago. 2002 e as referências bibliográficas, de acordo com a norma da ABNT, NBR 6023, set. 2002.

**ESTRUTURA DO PRÉ-PROJETO DE PESQUISA**

Título (identificado na capa e na folha de rosto)

Introdução

Justificativa

Objetivos (Objetivos Gerais / Objetivos Específicos)

Problema a ser pesquisado

Referências bibliográficas

(Vide Modelo Abaixo)

ATENÇÃO: Caso o candidato busque ser avaliado por docente específico, favor designar na folha de rosto.

OBSERVAÇÃO: A designação de docente, conforme indicado anteriormente, tem caráter meramente indicativo, ficando sujeita à disponibilidade de vagas por parte dos orientadores e da análise de aderência do projeto de pesquisa proposto.

(MODELO CAPA)

UNIVERSIDADE PAULISTA

Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação

**(TÍTULO DO PROJETO)**

(NOME DO CANDIDATO)

São Paulo, SP

(Mês) de 2021

 (MODELO FOLHA DE ROSTO)

UNIVERSIDADE PAULISTA

Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação

**(TÍTULO DO PROJETO)**

(NOME DO CANDIDATO)

**[Texto para candidatos ao Mestrado:]**

Pré-Projeto de Pesquisa para participação no Processo Seletivo de ingresso no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP / Mestrado (indicar orientador, se houver).

**[Texto para candidatos ao Doutorado:]**

Pré-Projeto de Pesquisa para participação no Processo Seletivo de ingresso no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP / Doutorado (indicar orientador, se houver).

São Paulo, SP

(Mês) de 2021

 (MODELO SUMÁRIO)

**SUMÁRIO**

Introdução ................................................................................................ ....... XX

Justificativa ................................................................................................ ....... XX

Objetivos ................................................................................................ ....... XX

Problema a ser pesquisado ........................................................................ ......... ....... XX

Referências bibliográficas .......................................................................... ....... XX

**INTRODUÇÃO**

(DESCRIÇÃO DO TEMA). Apresente sumariamente seu tema ou objeto de estudo indicando a gênese e o contexto do problema sob o ponto de vista sociocultural, histórico, relativo aos aspectos teóricos da área de Comunicação ou de outro que permita situá-lo no âmbito que se pretende investigar.

**JUSTIFICATIVA**

(POR QUE PESQUISAR ESTE TEMA). A justificativa de pesquisa deve ser bastante objetiva. Espera-se que seja uma descrição dos aspectos relativos à relevância do tema para a área de Comunicação e para a cultura em razão de sua atualidade, da abrangência do fenômeno ou de sua especificidade, sobretudo em relação a questões ou demandas regionais.

**OBJETIVOS (OBJETIVOS GERAIS / OBJETIVOS ESPECÍFICOS)**

(ALCANCE DA PESQUISA). Com relação aos objetivos, apresentam-se de forma geral e específica. No âmbito geral, deve ser definido o que o pesquisador pretende atingir com sua investigação. Com relação aos âmbitos específicos, devem ser apresentados aspectos complementares. Os objetivos podem ser: exploratórios, descritivos e explicativos, o que leva sempre a utilizar verbos no infinitivo no início de sua declaração. A saber, objetivos exploratórios (conhecer, identificar, levantar, descobrir), descritivos (caracterizar, descrever, traçar, determinar) ou explicativos (analisar, avaliar, verificar, explicar). Os objetivos devem aparecer na forma de tópicos, ao contrário dos demais itens que deverão ser apresentados em texto cursivo. Portanto, espera-se que sejam apresentados por meio de um texto curto. Recomendamos que não sejam definidos muitos objetivos em razão da complexidade inerente aos aspectos metodológicos.

**PROBLEMA A SER PESQUISADO**

(ASPECTO CENTRAL A SER PESQUISADO). Neste item, espera-se que seja abordado, de modo sumário, o problema a ser elucidado pela pesquisa, denotando sua importância no âmbito dos fenômenos comunicacionais, tanto com relação à abrangência e/ou com relação à regionalidade.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Indicação de obras utilizadas para a formulação do Pré-Projeto de Pesquisa. Seguem exemplos normativos a partir da NBR 6023, set. 2002, também disponível no link: https://www.unip.br/presencial/servicos/biblioteca/download/manual\_de\_normalizacao\_abnt\_2018.pdf

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Datas Comemorativas e outras datas significativas [recurso eletrônico].** Brasília: Câmara dos Deputados, Edições da Câmara, 2012. Disponível em: https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwjvg92dr-7OAhWDQ5AKHWlgCF0QFggtMAI&url=http%3A%2F%2Fbd.camara.gov.br%2Fbd%2Fbitstream%2Fhandle%2Fbdcamara%2F10008%2Fdatas\_comemorativas\_outras.pdf%3Fsequence%3D4&authuser=1&usg=AFQjCNGxSXRg9G4n-APXgO1Tm7sLUf94AQ&sig2=xFUOjlf9Z9vzWaMajr9-XQ&bvm=bv.131669213,d.Y2I, Acesso em: 15 abr. 2016.

MORIN, Edgar. **O Método 4**. As Ideias: sua natureza, vida, habitat e organização. 5.ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2013.