

PARADIGMAS E METODOLOGIAS NA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO NO SÉC. XX

XXVIII Encontro de Iniciação à Docência

Bianca Raisa Alves de Oliveira E Silva, Liana Viana do Amaral

Durante as atividades do Programa de Iniciação à Docência do curso de Publicidade e Propaganda da UFC, realizadas no ano de 2019, o plano de trabalho previsto para monitoria da disciplina Teorias da Comunicação I foi adequadamente posto em prática. Sob a orientação da docente, a monitora pôde vivenciar a experiência da sala de aula de forma efetiva, contribuir para os debates e ter a chance de apresentar um texto para a turma. Para uma melhor didática, a monitora desenvolveu materiais audiovisuais para auxiliar as dinâmicas em sala. Após a exposição dos assuntos, pôde discutir com a orientadora o desempenho dos alunos e questões relacionadas à monitoria, além de auxiliar na correção de trabalhos. A disciplina é desenvolvida com apresentação e discussão de paradigmas e teorias científicas que abordam os fenômenos de comunicação que foram desenvolvidas no século XX, acreditando-se que a compreensão destes conteúdos ajudará a construir uma melhor prática profissional. Um dos temas centrais na disciplina são os paradigmas científicos das pesquisas em Comunicação. Partindo da ideia de que a produção de conhecimento liga-se a uma tradição intelectual que é usada para resolver problemas de uma dada realidade, o entendimento dos paradigmas possibilita ao estudante compreender melhor a abordagem dos fenômenos pelas teorias que se desenvolveram no século XX. Os dois paradigmas dominantes foram enfatizados durante as aulas: o estrutural-funcionalismo, relacionado à “Communication Research”, e o marxista, relacionado à “Pesquisa Crítica”. Este trabalho busca apresentar de forma clara e didática os princípios teórico-metodológicos que orientaram os paradigmas em seus estudos. Os princípios metodológicos do paradigma estrutural-funcionalista são o foco no receptor, enfoque psicossociológico, voltado para a ação social e uma visão organicista da sociedade. Já o paradigma marxista tem o foco voltado para as produções e seu nível ideológico e enfoque nos modelos macroestruturais.

Palavras-chave: Comunicação. Teorias. Paradigmas. Metodologias.