

Ensino de Metodologia da pesquisa científica em Comunicação: apontamentos para um debate e reflexão.¹

Maria Cristina Gobbi
Universidade Estadual Paulista, Bauru-SP.

Tamara de Souza Brandão Guaraldo
Universidade Estadual Paulista, Bauru-SP.

Sonia de Brito
Universidade Estadual Paulista, Bauru-SP.

Resumo

Este artigo apresenta uma discussão sobre o ensino de metodologia científica na área de comunicação, sendo a principal questão norteadora a de: como desenvolver o ensino da metodologia em comunicação em nível de graduação, apoiado em procedimentos metodológicos que possibilitem uma aprendizagem teórica e prática, gerando produções com qualidade? A metodologia se utiliza tanto da pesquisa participante, uma vez que as autoras lecionaram disciplinas de metodologia em cursos de graduação em Comunicação Social, quanto da pesquisa bibliográfica como forma a explorar e refletir sobre questões relativas ao ensino de metodologia nesta área. Conclui-se que o ensino de metodologia deve ir além de uma orientação tecnicista, ao pensar a produção do conhecimento como processo de criação, que se estabelece no fluxo entre o teórico e o empírico em interação com a sociedade.

Palavras-chave

Metodologia; Comunicação; Pesquisa em comunicação; Ensino.

1 Introdução

Se “comunicar” é a ação de tornar comum, tal ação permite a compreensão mútua entre os interlocutores ou entre os envolvidos no processo comunicacional.

Seguindo essa linha de raciocínio, o ensino da disciplina Metodologia torna comum, para os pesquisadores, problematização, objetivos, teorias escolhidas para serem aplicadas, hipóteses etc, facilitando o processo de escolha e de investigação do corpus, alinhando compreensão, análise e resultados obtidos.

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) GT 7. Teorias, metodologias e práticas de ensino das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, atividade integrante do XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

Por esse ângulo, a pragmática da metodologia refere-se aos caminhos que serão percorridos, sistematizados, na busca do conhecimento. Daí deduz-se que a dinâmica desse processo é mão dupla entre ensino e aprendizagem, envolve aprender, aprendendo; fazer, fazendo, capturando intenções e efeitos de sentidos.

Assim, através dos diferentes conteúdos constituintes dos currículos das habilitações na área de Comunicação, é possível motivar, incentivar, despertar e sensibilizar os alunos para o universo da pesquisa em comunicação, transformando-os em atores sociais participantes e ativos da construção do saber científico comunicacional.

No caso específico das Relações Públicas, as Diretrizes Nacionais instituídas pelo Ministério da Educação (MEC), Portaria 595/2010, de 24 de maio de 2010, quanto às competências apontadas para o profissional de Relações Públicas, listam-se: domínio das linguagens e as técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação; capacidade interdisciplinar para realizar interfaces com as diferentes áreas da comunicação, e outros campos do saber; habilidade para promoção e integração teórico-prática; atuação em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas de sustentabilidade; e produção de conhecimento científico no campo da comunicação e na área das Relações Públicas e para exercer a docência.

Particularmente, a disciplina de Metodologia poderá gerar um espaço de articulações e proposições, uma vez que seus conteúdos contemplam o estudo e a prática da investigação científica da comunicação e de seu ensino. Parte-se do entendimento de que este saber – o da Metodologia – enviesa todas as outras áreas de ensino – as disciplinas, seus conteúdos e suas didáticas – além de ser essencial para incitar, estruturar e fundamentar projetos de iniciação científica, na produção de artigos, resenhas, *papers* para publicações em periódicos científicos, na apresentação de resultados de pesquisas em eventos científicos, dos projetos de conclusão de cursos, em seu desenvolvimento e resultado.

Ainda assim, Lopes (2010) afirmou que a pesquisa em comunicação tem relegado para segundo plano as questões de metodologia, tanto em termos de seu estudo como de sua aplicação prática. Para a pesquisadora, “Esse desequilíbrio entre o conteúdo teórico e a forma como ele é constituído parece ser um traço específico da pesquisa em Comunicação no país e

contribui para reforçar um dualismo teoria-metodologia fundamentalmente perigoso para o reconhecimento científico do campo da Comunicação” (LOPES, 2010, p.15).

Esta particularidade é reproduzida nas dificuldades de apreensão e aprendizagem dos alunos, na própria produção científica e na utilização da metodologia como princípio de qualidade de projetos e de resultados acadêmico/científicos. Diante desta problemática, a principal questão norteadora que motivou este artigo é a de: como desenvolver o ensino da metodologia em comunicação em nível de graduação, apoiado em procedimentos metodológicos que possibilitem uma aprendizagem teórica e prática, gerando produções científicas com qualidade?

A metodologia para a escrita do trabalho se utiliza tanto da pesquisa participante, uma vez que as autoras do artigo lecionaram disciplinas de ensino da metodologia para cursos de graduação em Comunicação Social, quanto da pesquisa bibliográfica como forma a explorar e refletir sobre questões já pontuadas por outros pesquisadores relativas ao ensino de metodologia em curso de graduação da área de Comunicação.

2 A pesquisa em comunicação no Brasil

Na universidade, segundo Melo (1998), os primeiros estudos e iniciativas em pesquisa em comunicação foram promovidos pelo Instituto de Ciências da Informação (Icinform), na Universidade Católica de Pernambuco, ainda na década de 1960. Esta mesma instituição foi pioneira na introdução do ensino de Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.

Depois desta iniciativa, outras instituições, como a Universidade de Brasília, a Cásper Líbero e a Universidade de São Paulo, a Universidade Federal do Rio de Janeiro e a Pontifícia Universidade Católica, passaram a desenvolver pesquisa em comunicação.

Para Melo (1998), essas instituições foram fortemente impactadas e influenciadas pela ação do Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para América Latina (Ciespal), na cidade de Quito, no Equador, no final dos anos de 1950. O Centro estimulou e possibilitou o desenvolvimento da pesquisa em comunicação nos países latino-americanos, deixando esta de se constituir por atividades ocasionais e eventuais.

Desde então, ao contrário do que ocorreu em muitos países, a evolução da pesquisa em comunicação no Brasil não se deu de forma tradicional, a partir de imprensa escrita, mas sim por meio do rádio e da televisão. “O rádio se torna industrial na década de 1940, quando passa

a viver de anúncios. A indústria da propaganda passa a ser a mola fundamental para entendermos o desenvolvimento da indústria cultural no Brasil” (MELO, 2010). Em função disso, as investigações se voltavam para a verificação da penetração dos veículos de comunicação junto à sociedade ou parte dela, “[...] permitindo determinar índices de circulação de jornais ou revistas, ou a audiência dos programas de rádio e televisão” (MELO, 1998, p. 19), conhecimento imprescindível para o mercado publicitário. Não por acaso, a pesquisa em comunicação teve significado específico aqui no Brasil, qual seja pesquisa quantitativa, de circulação ou audiência (MELO, 1998).

Posteriormente, com o advento da internet, os processos comunicativos se tornaram mais rápidos e acessíveis para a sociedade. E neste contexto evolutivo, foram as empresas, as universidades e os governos que passaram a se interessar pelo fenômeno, buscando formas de elucidá-lo utilizando, assim, as pesquisas científicas, contribuindo para a criação de um campo específico de estudos sobre comunicação coletiva (MELO, 1998, p. 47).

Melo (1998, p. 19) avançou nesta questão ao propor outra forma de entender a pesquisa em comunicação, ampliando seu escopo e conceito. Para o referido autor, pesquisa em comunicação é “[...] um estudo sistemático de todos os meios, formas e processos de informação ou de comunicação social”, que, na ótica metodológica, compreende, além da pesquisa quantitativa, também a pesquisa qualitativa.

Ao refletir o atual estágio do campo da comunicação, ou seja, um campo ainda em construção, as pesquisas desenvolvidas nas universidades, especialmente nos cursos de Relações Públicas, podem servir como centro de diálogo e intersecções sobre as problemáticas contemporâneas da comunicação. Para isso, é necessário que a pesquisa em comunicação desenvolvida na universidade brasileira avance em sua função crítica e útil à sociedade, em que pese sua relevância social em investigações que resgatem estudos sobre a cultura e as tradições do País.

Neste panorama, o incentivo para o desenvolvimento de pesquisas nos cursos de graduação na área de Comunicação pode se somar ao debate crítico sobre os processos e fenômenos contemporâneos comunicacionais, amparados em teorias e metodologias que sustentem um estudo científico quantitativo e qualitativo, abrangente, mais crítico e relevante.

É importante considerar neste contexto os fenômenos contemporâneos, especialmente no espaço de formação universitária, com os novos perfis de estudantes chamados de “Nativos

digitais”, “Geração digital”, “*N-Generation*”, “Sociedade sem Papel” etc. Se até há pouco tempo o desafio de dar a volta ao mundo em 80 dias parecia razoável para poucos, hoje via rede de computadores é possível, “sem arrumar as malas”, viajar pelos quatro cantos do planeta rumo a grandes descobertas e conhecimentos, demonstrando a diversidade e a amplitude dos caminhos da pesquisa acadêmica.

Aliado a isso está a linguagem digital, que juntamente com a extensa rede de comunicação, possibilitam em uma mesma plataforma a produção e a transmissão de múltiplos e variados formatos (textos, hipertextos, vídeos, sons, imagens etc.), gerando quantidades de informações jamais imaginadas.

Este conjunto de inovações tem trazido para o ensino de metodologia da pesquisa científica em comunicação novos temas de interesse, desafiando os estudos para o conhecimento de outros formatos, metodologias e técnicas.

O espaço tecnológico tem provocado professores das diversas disciplinas da graduação e em especial no que se refere ao ensino de metodologia da pesquisa, foco deste artigo, para um novo perfil de formação, que traz o conceito de aprendente autônomo ou independente, capaz da autogestão de seus estudos. Na esteira da explosão do ciberespaço, são criados diariamente negócios, profissões e atividades, estimulando novas áreas do conhecimento, acelerando a busca de informações e estimulando novas formas de aprendizado. Como bem afirma Castells,

[...] a Internet não é simplesmente uma tecnologia; é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades; é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial. A Internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material das nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a Internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos. (CASTELLS, 2003, p. 286-287).

Neste sentido, é possível afirmar que as inovações tecnológicas têm possibilitado a ascensão ao conhecimento como forma real de democratização do saber. Nesta perspectiva está: a multiplicação das publicações acadêmicas, a participação de pesquisadores nos eventos nacionais e internacionais, a ampliação das discussões com a sociedade dos trabalhos realizados nas instituições de ensino (graduação e pós-graduação), a busca de distintos consensos científicos, o crescente contato entre investigadores de diferentes espaços de

pesquisa, a ampliação dos cursos de pós-graduação etc., formando um conjunto de elementos motivacionais que vem contribuindo para a ampliação do interesse para as investigações científicas de jovens pesquisadores.

Tal multiplicidade de oportunidades, embora não universalizadas, permite que ‘internamente’ exista no espaço da disciplina de metodologia da pesquisa científica em comunicação uma espécie de ‘núcleo básico’, compartilhado pelos docentes-pesquisadores que o constituem, fazendo de seu ‘exterior’ a chave de uma mudança legítima no direcionamento do aprendizado.

Deste modo, a disciplina compreende o “[...] estudo científico dos elementos que integram o processo comunicativo, a análise de todos os fenômenos relacionados ou gerados pela transmissão de informações, sejam dirigidas a uma única pessoa, a um grupo ou a um vasto público” (MELO, 1998, p. 48), redimensionando o trabalho científico, embora ainda enfrentando o modismo e a imitação.

Os resultados têm apontado para o aprofundando da interpretação dos fenômenos já conhecidos; a observação sistemática dos novos fenômenos, dando-lhes registro crítico-descritivo e a mudança das análises de fenômenos globais com os casos específicos, como afirmou Melo (1998). Os conhecimentos legitimados têm contribuído para a construção de sistemas democráticos de comunicação, capazes de serem motores das sociedades.

Não é possível desconsiderar que diante de uma conjuntura marcada pela ascensão da ‘sociedade da informação’, decorrente da expansão das tecnologias digitais de reprodução simbólica, várias profissões ainda não estão plenamente configuradas. Os novos processos comunicativos, amparados pelas inovações tecnológicas vão ao encontro das mudanças de antigos procedimentos de formação de técnicos para o mercado de trabalho, pois o próprio mercado profissional está em mutação.

Também, está em curso um processo de forte concentração econômica na chamada indústria da mídia (jornais, rádios, TV, cinema, vídeo, telecomunicações etc.), com a conseqüente redução da demanda por profissionais da área da comunicação. Por outro lado, existe a abertura de infinitas novas possibilidades em outros ambientes ainda pouco explorados, como na comunicação pública e na comunicação cidadã. Igualmente, em espaços produtivos compartilhados e interativos que

englobam não somente as novas formas de ação do Estado, como toda uma área ligada ao chamado terceiro setor (não-governamental e apoiado na sociedade civil organizada), que vem se profissionalizando de forma acelerada. E nesta perspectiva que deve ser direcionado o ensino de metodologia da pesquisa científica em Comunicação.

3 O Ensino de metodologia

Por meio do ensino e da prática metodológica, é possível construir percursos essenciais para a realização de uma pesquisa, considerando-se desde questões epistemológicas da comunicação, a estruturação teórica e sua relação com os métodos e técnicas de pesquisas empregadas que sustentarão toda investigação científica, bem como o resultado final de uma produção científica que contribua significativamente para a construção do saber comunicacional.

Entretanto, o ambiente de ensino da Metodologia Científica é notadamente permeado de muitos desafios e problemáticas. Convém evidenciar Lopes (2010), quando afirmou ter a metodologia nos cursos de graduação um lugar inexpressivo, por mais que essa seja uma disciplina que “trata das formas de se fazer ciência” (DEMO, 1987: 19), portanto essencial para a formação.

Apesar de sua relevância, o ensino e a prática da Metodologia da Pesquisa em comunicação constituem-se em uma disciplina sem identidade definida “[...] indo desde uma disciplina secundária [...] ao ensino de normas técnicas de referência bibliográfica, passando por casos em que desprovida de fundamentação conceitual, transforma-se em mero espaço para a elaboração de projetos práticos” (MACHADO; FOLETTO & VIRISSÍMO, 2009).

A experiência das autoras como docentes de Metodologia em cursos de Comunicação, em especial de Relações Públicas (RP), na graduação e pós-graduação tem mostrado que o campo da Comunicação passou a exigir um profissional multifacetado, capaz de investigar, negociar, planificar, organizar, aconselhar, comunicar de várias formas (interpessoalmente e midiaticamente), valendo-se não só de conhecimento teórico, mas da práxis, muitas vezes pontuais, para poder gerir as variáveis que afetam as cognições (imagem), as atitudes e os comportamentos dos públicos das organizações. Também, a crescente articulação da sociedade em rede tem ampliado os espaços de interação social, o que requer mais habilidades para gerir esses contextos.

Como competências específicas, as novas diretrizes destacam para o profissional de RP: desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sócio organizacional; dentre outras, e o ensino de Metodologia se encontra no eixo de Formação em Comunicação. Este eixo contempla conteúdos teóricos e aplicados das Ciências da Comunicação, com foco naqueles que contribuem para o entendimento dos processos e práticas de Relações Públicas.

Neste âmbito, surgem temáticas emergentes no ensino, pois reforçam a necessidade de se alinhar a bagagem teórica a outras formas de competências em transição (novas demandas, visões compartilhadas, colaboração ambiental, análises organizacionais etc.) para que o aluno possa ter condições de absorver os novos conceitos, somando-os no campo da expertise.

Os estudantes trocaram os livros pelos sites de busca. Muitas faculdades substituíram o quadro negro e o giz por lousas eletrônicas e as transparências no retroprojetor por apresentações em PowerPoint, aulas presenciais por aulas semipresenciais e também a distância. No entanto, estas mudanças parecem ser superficiais e em busca de adaptações pragmáticas para novas possibilidades e formatos, uma vez que o modelo tradicional continua sendo reproduzido e a didática é praticamente a mesma, com o professor à frente e os estudantes do outro lado.

É evidente como, perante tais perspectivas, se faz necessário mudanças no ensino de metodologia. Não podemos mais pensar as mídias como "ferramentas", instrumentos a serem utilizados. Ao nos valermos destas, desenvolvemos outras formas de interação e experimentamos novos modos de comunicar; por exemplo, as redes sociais e os Smartphones são portadores de inovação não apenas no âmbito tecnológico, mas também no social, sensorial, político, econômico e cultural.

Assim, a área de Comunicação no Brasil, principalmente no que tange ao ensino superior, vem experimentando muitas transformações. Já é consenso entre os pesquisadores que cresceu a pesquisa, a pós-graduação, a produção científica e artística da área. Destarte, para atender essas novas perspectivas, as instituições têm buscado adaptar seus currículos às novas práticas comunicacionais permeadas pelas tecnologias e pela inovação tecnológica, pois essas novas configurações e mudanças têm exigido dos docentes novas práticas no ensino e nas pesquisas.

Para além da necessidade de uma leitura atenta da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), no contexto da aprendizagem, o professor deixou de ser um detentor do saber, um transmissor de informações, por meio de brilhantes preleções. Ele tem criado e organizado estratégias para que os alunos busquem e construam seu conhecimento, sendo esses os sujeitos dos processos de construção do saber crítico, criativo e, sobretudo, ético.

Deste modo, quando se “desenha” o perfil do estudante, é importante estimular um novo papel no processo ensino-aprendizagem, como uma contínua abertura para os câmbios, implicando desde um repensar individual do educando e do educador, até posturas coletivas que se refletem em projetos comuns de ação integradora, quebrando paradigmas estabelecidos.

O cerne da aprendizagem reside não somente no conhecimento em si, mas na forma como se dá a construção desse conhecimento. Não se trata mais de um mero transmitir de informações e no desenvolvimento de habilidades específicas ou segmentadas. Como bem afirma Pedro Demo (1994, p.35), a arte da aprendizagem exige pessoas que “[...] saibam pensar, aprendam a aprender, o que é inviável sem a competência insubstituível de construir conhecimento”, de forma integrada, colaborativa e participativa.

Desta forma, um dos grandes desafios é fugir de possíveis improvisações, de redução de rigor ou mesmo utilização de senso comum simplificador em nome de um “fazer profissional”, de aplicabilidade imediata. O ensino de Metodologia precisa perpetrar no estudante mais do que a explicação e aplicação imediata sobre aquilo que está sendo estudado e/ou pesquisado, sendo imperativa a descoberta de suas interfaces e relações com outros fatos, processos, métodos e disciplinas, para somente assim explicá-los, como afirmou Galliano (1986).

Desta forma, não basta somente à compreensão do conjunto de etapas que norteia o método ou a técnica utilizada. É preciso dimensionar de forma clara e precisa o que de fato se está empreendendo. Esta construção se fixa no entendimento do papel desempenhado pelo estudante e por seu professor-orientador. Se o primeiro busca a construção do conhecimento de maneira significativa, o outro ajuda no aprimoramento de suas competências, sendo um dos meios mais eficazes para uma reflexão crítica e realmente construtiva.

Esta perspectiva extrapola a formação de profissionais especializados, mas “[...] objetiva a formação de indivíduos mais preparados para atuarem em sociedade direcionando seus

conhecimentos para o bem comum” (PRAÇA, 2015, p. 5). Para que esses resultados possam ser alcançados, é fundamental que a etapa de definição inicial do projeto a ser empreendido tenha relação direta com a área de interesse do estudante, despertando, desta forma, seu empenho na construção do conhecimento e no fazer Ciência.

Cervo e Bervian (2002, p. 16) afirmam que a Ciência é “[...] um modo de compreender e analisar o mundo empírico, envolvendo o conjunto de procedimentos e a busca do conhecimento científico através do uso da consciência crítica que levará o pesquisador a distinguir o essencial do superficial e o principal do secundário”. Do mesmo modo, outro argumento importante para o estímulo no aprendizado, como menciona Martino e Grohmann (2017, p. 23), é que se o olhar metodológico é fundamental para o desenvolvimento de pesquisa de qualidade, “[...] o rigor no método não significa rigidez na pesquisa, no sentido de engessamento”, como “[...] recordam Bourdieu; Passeron; Chamboredon”. Assim, afiança Tamires Coelho (2013, p. 275), “[...] o conhecimento pode ser produzido com seriedade e rigor acadêmico, mas simultaneamente com flexibilidade e criatividade, evidenciando as marcas do pesquisador durante o processo de pesquisa”.

Considerando a sala de aula como um espaço “[...] privilegiado para a observação dos lugares em disputa de um campo (...) é o currículo que nos dá pistas sobre esse terreno disputado”. Por conseguinte, os caminhos a serem trilhados estão disponibilizados nos planos de ensino e no “[...] que concerne à disciplina de metodologia, podemos compreender visões de pesquisa, método e comunicação, projetando consequências para a formação do profissional” (MARTINO; GROHMANN, 2017, p. 23). Para os pesquisadores,

A aluna ou aluno não ingressa nesses cursos para ter para ter uma formação nos estudos de comunicação, mas, sobretudo para conseguir uma habilitação profissional, ligada às demandas de um mercado organizado em torno de empresas que demandam exatamente as especificidades de uma formação de “técnicos de um saber prático”, como denomina Sartre, para além de uma compreensão da totalidade dos processos.

Deste modo, esta formação inicial para a pesquisa deve considerar a construção de um arcabouço teórico de referência e com ênfase na comunicação, como área de conhecimento, mas sem esquecer o componente profissional.

Se a questão formal se constitui como ponto fundamental para o desenvolvimento do “saber”, é essencial aliar essa construção com outras disciplinas que focalizam a formação de um

pensamento científico crítico, em um exercício multidisciplinar, com ementas que indiquem os elos entre comunicação, saber científico e formação profissional. Assim, será possível caminhar para além das simples definições de técnicas, métodos e da redação acadêmica, trazendo a problematização da comunicação enquanto campo de conhecimento, aprofundando questões epistemológicas, como a definição de objetos, objetivos e problemas para além da instrumentalização das pesquisas. Para Marin (2006, p. 66-67), o desafio do ensino de Metodologia da pesquisa científica em Comunicação “[...] está em pensar a produção do conhecimento como processo de criação, que se estabelece no constante fluxo e refluxo entre o teórico e o empírico” e seu contra fluxo nas interações com a sociedade.

4 Considerações finais

Entretanto, barreiras existentes entre o ensino e prática da metodologia nas atividades acadêmicas acabam impedindo esse avanço, especialmente porque persiste – em muitos casos – no meio acadêmico uma visão reducionista de pesquisa, ou seja, a de um ensino focalizado a um receituário de normas de “como fazer” (LOPES, 2009).

Obviamente ao concentrar o ensino de metodologia na graduação em normas e técnicas, a didática tende a tornar-se inflexível e pouco entusiasma os alunos para a pesquisa. Claro que não se desconsidera a importância desses estudos, entretanto, o ensino da metodologia deve ir muito além desse aspecto operacional e tecnicista.

Desta forma, para finalizar, resgatamos a reflexão de Martino e Grohmann (2017, p. 32). Para os pesquisadores,

[...] falar de metodologia não é somente abordar ABNT, projeto de pesquisa ou ciência em geral, mas é preciso conceber a pesquisa como um processo, por si próprio, metodológico. A partir do que analisamos, vemos a importância de trazer para o cerne da discussão o próprio campo da comunicação, sem o qual a graduação e a pós-graduação na área ficarão apartadas. Restabelecer o vínculo da disciplina de metodologia com a pesquisa em comunicação é, pois, restaurar os vínculos entre graduação e pós-graduação.

Para que isso seja possível é necessário o investimento em pesquisa na graduação e na pós-graduação, apoiando a iniciação científica, os mestrados e os doutorados, estimulando o desenvolvimento de um quadro de intelectuais críticos e analíticos, que produzam conhecimento novo em áreas defasadas ou mesmo menos favorecidas, quer pelo distanciamento ou mesmo pela falta de apoio para o desenvolvimento permanente. Os

resultados podem apontar para novas perspectivas capazes de evitar o distanciamento que promove a polarização de mensagens, nem sempre reais. É fundamental que ocorra um acercamento dos processos de ensino-aprendizagem permeados pelas tecnologias digitais e de suas múltiplas possibilidades, gerando um marco conceitual que consiga universalizar características e subsidiar políticas de comunicação que atendam as necessidades informativas em todos os âmbitos, garantindo o exercício democrático do saber.

Referências

- BRAGA, José Luiz Braga. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.
- BOURDIEU, P.; CHAMBOREDON, J.-C. e PASSERON, J.-C. **Ofício de sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: MORAES, Dênis de (org.) **Por uma outra Comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- COÊLHO, T. F. Percursos metodológicos na construção de uma pesquisa sobre as relações comunicativas interculturais na comunidade CS POA. In: BONIN, J. A.; ROSÁRIO, N. M. (orgs.). **Processualidades metodológicas: configurações transformadoras em comunicação**. Florianópolis: Insular, 2013, v. 1, p. 275.
- DEMO, P. **Pesquisa como definição essencial da vida acadêmica**. Barbarói, v.2, p.27-43, 1994.
- GALLIANO, Alfredo Guilherme. **O método científico: teoria e prática**. São Paulo: Harbra, 1986.
- LOPES, Maria Immacolata V. Sobre o estatuto disciplinar do campo da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.
- LOPES, Maria Immacolata V. Pesquisa e gestor: proposta de um modelo metodológico para pesquisa de intervenção. In: BACCEGA, Maria Aparecida & COSTA, Maria Cristina C. **Gestão da Comunicação: epistemologia e pesquisa teórica**. São Paulo: Paulinas, 2009.
- LOPES, Maria Immacolata V. **Pesquisa em Comunicação**. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2010.
- MACHADO, Elias; FOLETTO, Leonardo & VIRISSIMO, Vivian. O ensino de Metodologia de Pesquisa na graduação. Uma experiência no Curso de Jornalismo da UFSC. In: Fórum Nacional de Professores de Jornalismo – FNPJ. Grupo de Trabalho: Pesquisa na Graduação. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=526&cf=18>>. Acesso em: 08 de setembro de 2011.

MARIN, E. C. O ofício da pesquisa: processos do fazer. In: MALDONADO, A. E. et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 66.

MARTINO, Luís Mauro Sá; Rafael GROHMANN. Ensinar metodologia: questões epistemológicas nas proposições de 33 programas de ensino da disciplina em cursos de jornalismo In: **Comunicação & Educação**. Ano XXII, número 2, jul/dez 2017.

MELO, José M. de. Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998.

MELO, José M. de. Falta uma pesquisa em comunicação genuinamente brasileira: depoimento. Desenvolvimento/Ipea, n. 6, SãoPaulo, outubro/novembro, 2010. Entrevista concedida a Bruno de Vizia. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/Entrevista/presi/rd63ent01.pdf>>. Acesso em: 20 de setembro de 2011.

MOURA, Cláudia Peixoto de. O Curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares. Porto Alegre: Edipucrs, 2002 (Coleção Comunicação, v. 21).

PRAÇA, Fabiola Silva Garcia. Metodologia da pesquisa científica: organização estrutural e os desafios para redigir o trabalho de conclusão. In: **Revista Eletrônica Diálogos Acadêmicos** 08, nº 1, p. 72-87, JAN-JUL, 2015. Disponível em: <http://www.uniesp.edu.br/fnsa/revista>, acesso em mar 2020.