

# Universidade e Comunicação na edificação da sociedade (1992)

por SIDINÉIA GOMES FREITAS  
(*ECA-USP*)

## 1.1 KUNSCH

A título de introdução, a autora apresenta ao leitor as linhas mestras dos capítulos da obra e as preocupações que a levaram ao desenvolvimento do tema. Destaca questões pertinentes à democratização do conhecimento e à difusão do produto científico nas universidades. Para o desenvolvimento das questões efetuou pesquisa de campo em universidades nacionais e internacionais. Compara realidades distintas e demonstra as contribuições das atividades de comunicação como facilitadoras da democratização do conhecimento e, principalmente, como difusoras do produto científico. São cinco capítulos intitulados: *Repensando o conceito de universidade*; *Produção científica na universidade*; *Difusão da produção científica na universidade*; *Comunicação na universidade e Planejamento da comunicação na universidade*.

O cenário em que se desenvolveu a obra no meio acadêmico, notadamente no campo da comunicação, era de ampla discussão e inserção de assessorias ou coordenadorias de comunicação nas universidades. Projetos em desenvolvimento elaborados por profissionais da comunicação eram analisados e discutidos em eventos científicos, justificando a necessidade de se ampliar a pesquisa, correlacionando universidade e comunicação. Assim, Margarida inicia sua obra caracterizando a universidade enquanto organização formal e, com base em Amitai Etzioni, afirma que são os diferentes tipos de contro-

le e funções desempenhadas na sociedade que as diferencia. Cita ainda Blau e Scott, Katz e Kahn indicando diversidade de visões na literatura. Universidades são organizações normativas, de serviços, organizações de manutenção, organizações de adaptação. Um quadro resumo na página 22 ilustra as referências citadas. Passa, a seguir, de uma visão didática funcionalista para uma visão crítica e uma análise de cenário político do Brasil. Com base em autores como Florestan Fernandes, Darcy Ribeiro, Anísio Teixeira, Moacir Gadotti, Cristovan Buarque e outros aborda o papel da universidade na sociedade moderna e finaliza concordando com Eunice Ribeiro Durhan, que não as considera nem boas nem más, mas necessárias onde duas medidas se impõem: liberar as amarras burocráticas e estabelecer novos sistemas de financiamento. A questão de liberar as amarras burocráticas permanece. Em contrapartida, é possível visualizarmos novos sistemas de financiamento na pesquisa de campo elaborada por Margarida.

O capítulo 2 destina-se a analisar a produção científica na universidade. Com base em ampla pesquisa de campo nas universidades brasileiras, passa por questões estruturais como a criação de departamentos, a improdutividade denunciada pelo jornal Folha de São Paulo (lista dos improdutivos), a dissociação entre ensino de graduação e pesquisa científica, o papel dos órgãos de fomento à pesquisa – Capes e CNPq, o peso das publicações (publicar ou perecer é o lema). O fato é que houve crescimento nas universidades brasileiras (ver quadro 2 acerca do Ensino de Pós-Graduação no Brasil - p.150). Das 29 universidades que responderam ao questionário enviado pela autora, 55,17% disseram que, só em termos, a pesquisa ocupa uma posição de destaque dentro das instituições de ensino. Professores e pesquisadores mais experientes afirmarão, sem temeridade, que são as universidades públicas que oferecem condições mínimas para o desenvolvimento do binômio ensino e pesquisa. Via de regra, ainda que com honrosas exceções, o fomento à pesquisa na iniciativa privada é bastante precário. O que encontramos são grandes conglomerados que funcionam como hipermercados onde a educação, geralmente em nível de graduação, é a mercadoria. É bastante lucrativa.

E quando a produção científica existe, a sociedade nem toma conhecimento. Não é natural a divulgação do conhecimento como fator intrínseco ao desenvolvimento social. E o jornalismo científico, que contribuições oferece para a divulgação científica? São questões tratadas no capítulo 3. Pelo que se percebe há uma dificuldade de ambos os lados nas relações profissionais entre jornalistas e pesquisadores. Interesses subjetivos de caráter profissional por parte dos jornalistas e interesses de pesquisadores nem sempre convergem. São os jornais locais ou regionais que oferecem mais retorno para a divulgação científica das universidades. Apenas os jornais de São Paulo e Rio de Janeiro são utilizados de

forma nacional. Um dado a destacar é que 24,08% da amostra pesquisada não aproveitam jornais de maior circulação para difundir sua produção científica. Se por um lado o jornalismo científico tem problemas no desempenho de seus profissionais, as universidades também deixam a desejar na sua comunicação com a sociedade. Nas revistas a situação é pior e no rádio e televisão as relações entre universidades e sociedade são totalmente frágeis. As universidades falam mais consigo mesmas e procuram divulgação científica por meios próprios (quando tem), criando um mundo à parte perante a sociedade “civil”. Das 29 universidades que responderam ao questionário, a revista científica da própria universidade apresentou um percentual da ordem de 40,13%. Isto não significa que o jornalismo não exista nas universidades, porque nos jornais diários o avanço é significativo. O que mais causa frustração ao profissional de comunicação é que apesar da existência de laboratórios de rádio e TV, em muitos casos bem equipados, as universidades sequer otimizam, para si, os investimentos feitos na formação de seus alunos. Claro que sempre há honrosas exceções. É o caso da Agência Universitária de Notícias da USP - AUN que adquiriu maior relevância com José Marques de Melo. Depois, sob a liderança de Manoel Carlos Chaparro, com o *Pré-Pauta*, a divulgação científica assumiu maior abrangência e performance adequada a um veículo impresso de divulgação científica. Chaparro cuidou do comportamento ético que só favoreceu as relações entre jornalistas e cientistas. Outra iniciativa correta apontada é o trabalho desenvolvido pelo *Centro de Divulgación Científica Plaza Houssay*, da Universidade de Buenos Aires. A autora também registra a questão da divulgação científica em programas televisivos externos ao meio acadêmico, como o *Globo Ciência*, o *Globo Ecologia* e destaca o importante papel da SBPC na divulgação científica. Cita o programa “Uma janela aberta para o mundo”, da Rádio Cultura de Brasília.

O que realmente falta são políticas definidas no que tange à comunicação das universidades com a sociedade. Destarte, a autora passa a discorrer acerca da comunicação nas universidades no capítulo 4 da obra. É neste capítulo que percebemos a valiosíssima contribuição da professora na obra aqui analisada. O capítulo começa de forma didática, útil aos programas de graduação, mas adquire substância quando apresenta sua pesquisa de campo efetuada em duas grandes universidades da Alemanha. Compara a Universidade de Munique e a Universidade Católica de Eichstatt. Com o subtítulo *Comunicação e Ciência em duas Universidades alemãs* demonstra as políticas de comunicação das universidades, as estruturas de comunicação das assessorias lá existentes e o fato de que ambas contam não só com o apoio do governo como da sociedade. Traçam políticas que abrangem todo o território europeu. Contam com profissionais de diversas habilitações do campo da comunicação e não utilizam a Comunicação Integrada

enquanto tipo, mas sim como filosofia que norteia as ações comunicativas das assessorias de comunicação das organizações universitárias. No caso da Universidade de Munique, a participação da Sociedade dos Amigos e Divulgadores da Universidade pagam taxa anual para que se mantenham informados acerca de sua divulgação científica. A assessoria de comunicação da universidade integra a Associação dos Agentes de Relações Públicas e Informação das Universidades Europeias - Euprio, indicando políticas macro e nada egoístas. O ministro da Educação da Comunidade Europeia está envolvido, assim como os reitores das universidades. A Universidade Católica de Eichstatt conta com uma associação que apoia financeiramente projetos de pesquisa, colóquios, simpósios, impressão de trabalhos científicos e dissertações, intercâmbios internacionais, eventos culturais e até excursões científicas. Para finalizar, a professora deixa como exemplo o trabalho que vem desenvolvendo com tanto brilhantismo e em tão pouco tempo a jovem Universidade de Campinas – UNICAMP, que investiu na área de comunicação de forma contundente. Contava com 30 profissionais de comunicação; dois ou três eventos por dia, abertos ao público em geral; dez profissionais de relações públicas trabalhando na época em que se deu a pesquisa (1992). Uma informação que um profissional de relações públicas não pode deixar de registrar é o fato de que, mesmo na UNICAMP, a comunicação interna não utiliza recursos com bom retorno e pouco investimento, como a caixa de sugestões, e não executa seu telejornal. Afinal, políticas de comunicação corretas são traçadas de dentro para fora das organizações.

No último capítulo, a autora fornece as linhas mestras para o planejamento da comunicação na universidade. Apresenta uma proposta para que se efetive as etapas do planejamento, a começar pelas políticas de comunicação que devem ser definidas, passando por *briefing*, auditorias, diagnóstico e a sequência natural do planejamento científico na filosofia da Comunicação Integrada. Sem dúvida uma proposta importante para as organizações universitárias.