

Extensão e Comunicação: anotações para um debate *

Autor:

Jane Voisin **

Resumo

A comunicação é uma das oito áreas temáticas estabelecidas no Plano Nacional de Extensão Universitária como área de atuação de extensão nas universidades públicas brasileiras – ao lado de cultura, direitos humanos, educação, meio ambiente, saúde, tecnologia e trabalho. No contexto da América Latina, nota-se que a comunicação tem exercido uma influência particular nas questões ligadas à democracia, à cidadania e às identidades culturais.

Palavras-chave: comunicação, extensão, universidade

Resumen

La comunicación es un de los ocho campos temáticos propuestos en el Plan Nacional de la Extensión Universitaria como áreas de actuación de la extensión en las universidades públicas brasileñas – junto con la cultura, derechos humanos, educación, ambiente, salud, tecnología y trabajo. En el contexto de la América Latina, la comunicación ha ejercido una influencia particular en las cuestiones que tratan de la democracia, ciudadanía y las identidades culturales.

Palabras-clave: comunicación, extensión, universidad

Abstract

Communication is one of the eight key themes selected by the National Plan of University Extension as its main area of academic work in Brazilian public universities – along with culture, human rights, education, environment, health and work. In Latin America, communication has specially influenced subjects dealing with democracy, citizenship and cultural identity.

Keywords: communication, extension, university

* Texto apresentado no VI Congresso Ibero-americano de Extensão (Embu-SP, 16/11/2001), para subsidiar a formulação do Termo de Referência da área temática Comunicação, a ser adotado pelo Fórum de Pró-Reitores das Universidades Públicas Brasileiras.

** Jornalista, Pró-Reitora de Extensão da Universidade Estadual de Santa Cruz (BA) e coordenadora nacional da área temática Comunicação no Fórum de Pró-Reitores de Extensão.
e-mail: jvoisin@clknet.com.br

*... democratizar nossa sociedade significa trabalhar hoje
na espessura da trama cultural e comunicativa da política.*

Jesus Martín-Barbero

Sabe-se que comunicação está, hoje, no centro de toda reflexão e discussão sobre a vida contemporânea, em suas dimensões políticas, sociais, econômicas, culturais. Isso se justifica na medida em que o poder da comunicação de massa, evidente desde suas primeiras formas – a imprensa, o cinema, o rádio, a TV –, tornou-se implacável com as novas tecnologias que geraram suportes multimídias associando o texto, o som, a imagem e os dados. A aliança entre o audiovisual, a informática e as telecomunicações levou à Web, a rede mundial que disponibiliza a qualquer usuário, em qualquer parte do mundo, conteúdos que corresponderiam ao maior jornal, à maior biblioteca, à maior discoteca, ao maior museu da terra, provocando profundas transformações nas sociedades quanto à sua maneira de funcionar e se relacionar, seus valores e percepções.

Com a mundialização da cultura, forjada por essa inesgotável oferta de produtos e informação, reconfigura-se o sentido de cidadania, com novos modos de participação social e política de indivíduos e grupos. Diante da possibilidade de democratização da informação que a Web poderia proporcionar, apresenta-se o problema da exclusão digital, reflexo direto das disfunções sociais que mantêm a fome e a pobreza em grande parte do mundo. Afinal, as inovações tecnológicas em comunicação vêm para contribuir com a consolidação dos direitos e das liberdades e a elevação da qualidade de vida da população mundial ou, ao contrário, para assegurar mais poder às vozes hegemônicas e aprofundar o abismo entre países, grupos e indivíduos ricos e pobres?

Esta preocupação, que mobiliza diferentes correntes teóricas, está afixada na pauta da UNESCO, em seu dossiê “Comunicação, Informação e Informática”, no qual o organismo afirma suas missões nessa área, sendo a primeira “fomentar a livre circulação de idéias através da palavra e da imagem e promover uma difusão mais ampla e equilibrada de todas as formas de informação que contribuam para o progresso das sociedades, sem entraves para a liberdade de expressão, utilizando os meios tradicionais e os novos meios eletrônicos” (cf. site UNESCO). Dentre seus programas recentes citam-se ações para facilitar o acesso à informação de domínio público por via digital, garantir a liberdade de informação, promover o pluralismo dos meios de comunicação e fazer cumprir o compromisso educativo dos meios de comunicação do setor público.

No contexto da América Latina, nota-se que a comunicação tem exercido uma influência particular nas questões ligadas à democracia, à cidadania e às identidades culturais. Se, por um lado, há de se reconhecer que os meios de comunicação e informação vêm tendo papel relevante na divulgação e crítica dos totalitarismos, injustiças, corrupção e no resgate de marcas identitárias, por outro nota-se que a grande mídia – que atinge audiências de massa – mantém-se em mãos de grupos econômicos e políticos que operam a favor de seus interesses. Em contraposição a esse estado de coisas, surgem formas alternativas de comunicação, envolvendo atores sociais de grupos minoritários – a chamada *comunicação popular*, “processo ligado à ‘cultura popular’, refletindo em sua prática uma cultura de resistência aos modelos que impõem a exclusão social” (Fernández, in Dawbor, 2000, p. 300).

Esse tipo de comunicação, geralmente vinculada a movimentos sociais, veio responder, nos anos 1990, no Brasil e América Latina, a um descrédito na política tradicional e nas ações do Estado em geral, provocado pelo desemprego e crescimento da violência nos espaços da vida social, afirmando-se como reflexo da crença de grupos de cidadãos em sua capacidade de atuação política independente, com mensagens de paz, a favor da ecologia, da qualidade de vida, contra a exclusão. Evidentemente, o poder desses grupos cresce na medida em que a difusão de suas mensagens alcança as redes massivas, encontrando eco nos meios eletrônicos de comunicação, como observa Canclini, citado por Fernández (op. cit., p. 301).

No Brasil, por exemplo, a multiplicação de rádios alternativas locais, como meio de protesto contra os monopólios de grupos de comunicação ligados ao poder econômico e político e como

instrumento de defesa do exercício das liberdades e da cidadania, acabou criando uma mobilização em prol da regulamentação da radiodifusão comunitária, finalmente institucionalizada pela Lei n. 9.612, publicada no Diário Oficial da União em 20 de fevereiro de 1998. Mas a lei é considerada estreita na medida em que impõe restrições técnicas de transmissão, proibição de transmissão em rede, confinamento em um único canal e ainda a possibilidade de fechamento por estar interferindo em emissoras comerciais.

De fato, após o período de concessão de canais de rádio e TV com critérios baseados em interesses político-econômicos, apadrinhamentos e troca de favores – até o final do governo Sarney, quando foi registrado um verdadeiro festival de concessões -, a legislação brasileira passou a adotar princípios mais democráticos, prevendo tipos de emissoras que servem de contraponto às do circuito comercial: as comunitárias, comprometidas com os interesses locais de determinadas comunidades; e as educativas, de caráter estatal e comprometidas expressamente com a educação e com a cultura (cf. site do Ministério das Comunicações). Nessa família de mídias sem fins lucrativos situam-se ainda as rádios e TVs universitárias, constituídas pelas IES. As TVs comunitárias, educativas e universitárias, entre outras, têm direito a canais gratuitos segundo a Lei 8.977 que dispõe sobre TV a Cabo, proposta em 1995 e hoje em vias de alteração.

Espaços potencialmente fundamentais para a produção e difusão cultural, artística e científica, para a livre expressão e criação, para a defesa dos direitos humanos e sociais, para o exercício do pluralismo, para o fortalecimento da democracia e da cidadania, tais meios audiovisuais alternativos ao círculo fechado da grande mídia, livres das duras leis do mercado, atingem no entanto públicos reduzidos e têm graves dificuldades de sobrevivência, por falta de políticas e linhas de fomento que favoreçam sua vitalidade.

Segundo alguns estudiosos, em seus cinco anos de existência, as TVs universitárias, sofrendo a penúria das próprias IES, sofrem ainda um cerceamento da possibilidade de atuar como “TV de verdade”, viva, mostrando e discutindo os fatos da atualidade “real”, limitando-se à produção de uma programação considerada “inócua” e “bem comportada”, além de repetitiva, sem espaço para as produções experimentais e conectadas verdadeiramente com a vida contemporânea, representativas das inquietações políticas, estéticas, culturais e filosóficas dos professores e alunos dos cursos de Comunicação Social e das comunidades acadêmicas em geral. Essa produção raramente consegue ter eco nos canais e estações de grande público, restringindo-se ao consumo endógeno de grupos seletos de interessados (Brasil, 2001).

Além de rádio e TV - meios de maior potencial em termos de impacto social e poder efetivo de contribuição cultural e educativa -, a comunicação no contexto universitário dispõe ainda de jornais, revistas, livros, publicações impressas diversas e sites através dos quais as IES difundem suas informações institucionais gerais e científicas, buscando socializar os conhecimentos construídos na atividade acadêmica de seus docentes e discentes. Esse tipo de comunicação promove, portanto, a *extensão* da produção universitária à sociedade através dos diversos suportes, favorecendo o intercâmbio entre atores acadêmicos e comunidade.

Universidade, extensão e comunicação

Tornada no fim do séc. XX o “signo distintivo da sociedade moderna” (Balle, 2000, p. 77), a comunicação assumiu um papel fundamental e estratégico no mundo contemporâneo, sendo decisiva na construção do imaginário, das representações simbólicas e identidade cultural e nos sistemas de organização dos grupos sociais. Assim, não poderia deixar de ter um papel essencial também no ambiente universitário, vindo a constituir, no Plano Nacional de Extensão Universitária, uma das oito áreas temáticas estabelecidas na sistematização da extensão das universidades públicas

brasileiras, somando-se às de cultura, direitos humanos, educação, meio ambiente, saúde, tecnologia e trabalho (Fórum de Pró-Reitores..., v. 1, p. 51).

Com isso, a extensão brasileira lançou-se ao desafio de coletar dados e proceder a um reconhecimento mais detalhado da natureza e efeitos das ações desenvolvidas nessa área, com o objetivo, num primeiro momento, de constatar como e até que ponto as universidades – espaços potenciais de vanguarda e do ímpeto criativo e revolucionário – têm participado do avanço das tecnologias da comunicação e da informação e do debate ético e político em torno desses processos e seus produtos, e se têm utilizado sua competência instalada em prol do fortalecimento da cidadania e da democracia, enfim, do progresso humano, social, econômico, científico e cultural do país.

Essa tarefa foi deflagrada em 2000 pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras, ao propor que as Pró-Reitorias sistematizassem suas informações sobre a produção extensionista na área de comunicação a partir de um roteiro básico de dados qualitativos e quantitativos – nos mesmos moldes das demais áreas. Segundo o texto de referência para o sistema nacional de informações da extensão, apelidado de SIEX, a comunicação deverá cobrir ações em torno dos seguintes temas, sob a forma de programa, projeto, curso, evento, prestação de serviço, produção e publicação (Fórum de Pró-Reitores..., v. 2, p. 25):

- comunicação social;
- mídia comunitária;
- comunicação escrita e eletrônica;
- produção e difusão de material educativo;
- televisão universitária;
- rádio universitária;
- capacitação e qualificação de recursos humanos e gestores de políticas públicas de comunicação social;
- cooperação interinstitucional e internacional na área.

Por outro lado, a comunicação – no seu sentido lato - está também presente nas ações extensionistas das demais áreas temáticas, cujos dados devem indicar, ainda segundo o SIEX, “publicações e produtos”, correspondentes a “produtos acadêmicos que instrumentalizam ou são resultantes das ações de ensino, pesquisa e extensão” (Fórum de Pró-Reitores..., v. 2, p. 55), ou seja, livros, anais, cartilhas, manuais e fascículos, jornais, revistas, capítulos de livros, artigos, comunicações, relatórios, audiovisual – filmes, vídeos, fitas cassete, discos, CD, CD-Room, etc.

A presença da comunicação no conjunto da vida das IES, conforme se tem observado na atual fase de implantação do SIEX em diversas universidades públicas, vem suscitando algumas dificuldades de classificação, no sentido de indicação de “publicações e produtos” de outras áreas temáticas na rubrica *comunicação*. Exemplo disso é que algumas IES têm computado, nesse ítem, toda a sua produção impressa - livros e outras publicações científicas de suas editoras, bem como toda a produção de peças de divulgação (folders, cartazes) e material educativo -, independentemente da área temática principal em que se inserem. Nesse caso, a comunicação é vista como *meio* – e aqui caberia uma discussão teórica sobre a natureza da comunicação e a possibilidade de se estabelecer um espaço “específico” para ela, considerando-se suas implicações interdisciplinares e sua inerente função social.

Para melhor entender tais hesitações, talvez fosse útil observar, dentre as 50 linhas programáticas da extensão propostas no SIEX para o conjunto das oito áreas temáticas, alguns itens que se aplicariam à comunicação, de uma forma ou de outra (Fórum de Pró-Reitores..., v. 2, p. 37-47 passim):

a) quatro linhas que integram exclusivamente a ementa da área temática *comunicação*, mas que “servem” naturalmente às demais áreas:

- Mídia comunitária: interação com organizações da comunidade para produção e difusão de boletins, programas de rádio, etc.; assessoria para implementação de veículos comunitários de comunicação.

- Rádio universitária: ações educativas a distância, de disseminação da informação, de pesquisa, utilizando o veículo rádio. Produção artística e cultural para radiodifusão.

- Televisão universitária: ações educativas a distância, de disseminação da informação, de pesquisa, utilizando o veículo televisão. Produção artística e cultural para televisão.

- Comunicação escrita e eletrônica: ações educativas a distância, de disseminação da informação, de pesquisa, utilizando veículos de comunicação escrita e eletrônica.

b) cinco linhas que integram as ementas de todas as áreas temáticas, inclusive a de comunicação:

- Produção e difusão de material educativo: produção de livros, cadernos, cartilhas, boletins, folders, vídeos, filmes, fitas cassete, CDs, artigos em periódicos, etc., de apoio às ações de extensão.

- Capacitação de gestores de políticas públicas: processo de formação, capacitação, qualificação e treinamento de profissionais responsáveis pela gerência e direção de sistema público (atuais ou potenciais).

- Cooperação interinstitucional: articulação e promoção de ações que possibilitem a inter-relação entre a universidade e a comunidade local, regional, nacional.

- Cooperação internacional: articulação e promoção de ações que possibilitem a inter-relação entre a universidade e a comunidade mundial.

Ao mesmo tempo, a área temática *cultura* traz em sua ementa “produção cultural e artística na área de artes plásticas e artes gráficas; produção cultural e artística na área de fotografia, cinema e vídeo (...); rádio universitária” (Fórum de Pró-Reitores..., v. 2, p. 25) – o que bem demonstra a dificuldade de se estabelecer fronteiras entre a comunicação e a cultura e demais áreas, na medida em que todas elas lançam mão da comunicação, de um modo ou de outro.

Assim, embora o processo de coleta de dados nos moldes do SIEX esteja dando seus primeiros passos, pode-se constatar desde já que as ações extensionistas apontadas na área revelam que as universidades públicas brasileiras vêm investindo ainda muito timidamente na comunicação e suas reais potencialidades, sendo que um percentual significativo sequer indica, nos seus relatórios anuais, produção nesse setor, às vezes vinculando ações de comunicação a outras áreas. Algumas vêm indicando propostas mais diretas e inquestionáveis como TV e rádio universitárias, além de publicações institucionais e videotecas; começam a se configurar iniciativas de apoio à mídia comunitária (assessoramento a meios de comunicação comunitários) e de alfabetização digital e visual - mas nem todas essas vêm classificadas na área de comunicação.

Diante desse quadro ainda muito instável, talvez fosse oportuno lembrar que, seguindo as diretrizes para a extensão nas IES públicas brasileiras, o trabalho extensionista em comunicação deveria estar priorizando a participação efetiva da universidade na discussão, definição, execução e avaliação de políticas públicas na área, como já se busca fazer na saúde, educação, meio ambiente e direitos humanos, por exemplo. Entretanto, até aqui não se tem notícia de programas conseqüentes envolvendo órgãos governamentais, atores do mercado e comunidades, com a presença das IES, voltados à democratização da produção e acesso à informação, à proteção do direito de informar e ser informado, à equidade no acesso às tecnologias da comunicação e aos acervos culturais existentes.

Se a proposta da extensão é “viabilizar a relação transformadora entre a universidade e a sociedade”, como quer o Plano Nacional de Extensão (PNEEx), a imensa gama de meios, suportes e produtos de comunicação e o amplo leque de conhecimentos gerados – através do ensino e da pesquisa - sobre a comunicação, disponíveis na instituição universitária, deveriam servir concretamente às comunidades interna e externa, aos seus interesses coletivos e duradouros. A comunicação transcenderia, nesse caso, a função imediata de divulgar as notícias gerais, difundir informações e trabalhos científicos, enfim, dar “publicidade” às realizações da universidade.

Dessa forma, a ação extensionista em comunicação estaria plenamente compatível com o espírito do mencionado PNEEx, considerado importante por permitir (Fórum de Pró-Reitores..., v. 1, p. 43):

- a possibilidade de dar unidade nacional aos programas temáticos que já se desenvolvem em diferentes universidades brasileiras;
- a garantia de recursos financeiros destinados à execução de políticas públicas correlatas, viabilizando a continuidade dos referidos programas;
- o reconhecimento, pelo poder público, de que a extensão universitária não se coloca apenas como uma atividade acadêmica, mas como uma concepção de universidade cidadã;
- a viabilidade de interferir na solução dos grandes problemas sociais existentes no país.

Seria esse, efetivamente, o papel da extensão em comunicação? E se for, estariam as universidades atuando segundo esse entendimento? São questões a se debater, sem perder de vista que estamos em plena “era da informação e do conhecimento”, cabendo à comunicação um lugar central nesse processo cuja complexidade começa na multiplicidade de sentidos que engendra o próprio termo *comunicação*, como observa Sfez (1994, p. 38).

De todo modo, o Fórum de Pró-Reitores, ao definir a comunicação como uma das áreas temáticas da extensão universitária, abriu o caminho para uma discussão crucial no contexto universitário. A atenção dada pela entidade a essa área se estampa em sua própria iniciativa de implementação da Rede Nacional de Extensão – RENEX, através da qual pretende registrar, de forma transparente e acessível ao público em geral, todo o processo de construção conceitual e operacional da dimensão extensionista da atividade acadêmica no Brasil.

Bibliografia consultada

- BALLE, Francis. *Les médias*. France: Flammarion, 2000. Coll. Dominos.
- BRASIL, Antônio. TVs Universitárias. Sem atentados nos EUA, sem greves no Brasil. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/da260920011.htm. Acesso em 27/09/01.
- FERNÁNDEZ, Adrián José Padilla. Comunicação e cidadania na virada do século. Movimentos sociais e espaço público em frequência modulada – FM. In: DAWBOR, Ladislau et al. *Desafios da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- Fórum de Pró-Reitores das Universidades Públicas Brasileiras. *Plano Nacional de Extensão Universitária*. Ilhéus: Editus, 2001. Col. Extensão Universitária, v. 1.
- Fórum de Pró-Reitores das Universidades Públicas Brasileiras. *Sistema de Dados e Informações*. Rio de Janeiro: NAPPE/UERJ, 2001. Col. Extensão Universitária, v. 2.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. O medo da mídia. Política, televisão e novos modos de representação. In: DAWBOR, Ladislau et al. *Desafios da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- Ministério das Comunicações. Disponível em www.mc.gov.br. Acesso em 06/08/01.

SFEZ, Lucien. *Crítica da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1994.

WARNIER, Jean-Pierre. *La mondialisation de la culture*. Paris: La Découverte, 1999. Coll. Repères.

UNESCO. Disponível em www.unesco.org.br/programas/comunica/index.asp. Acesso em 30/07/01.