



Élida Neiva Guedes

A MEDIAÇÃO DOS RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS NAS PRÁTICAS DE INCLUSÃO SOCIAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Dissertação de Doutoramento em Letras, na área científica de Ciências da Comunicação, na especialidade de Media e Sociedade, orientada pela Doutora Isabel Ferin Cunha e coorientada pela Doutora Margarida Maria Krohling Kunsch, apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Janeiro de 2013



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

FACULDADE DE LETRAS

A MEDIAÇÃO DOS
RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS
NAS PRÁTICAS DE INCLUSÃO SOCIAL
DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO
MARANHÃO

Tipo de trabalho	Dissertação de Doutoramento
Título	A MEDIAÇÃO DOS RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS NAS PRÁTICAS DE INCLUSÃO SOCIAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
Autor	Éllida Neiva Guedes
Orientador	Doutora Isabel Maria Ribeiro Ferin Cunha
Coorientador	Doutora Margarida Maria Krohling Kunsch
Júri	Presidente: Doutora Ana Teresa Fernandes Peixinho de Cristo Arguentes: 1. Doutora Maria da Estrela Ramos Serrano Caleiro 2. Doutora Teresa Augusta Ruão Correia Pinto Vogais: 1. Doutora Isabel Maria Ribeiro Ferin Cunha 2. Doutora Margarida Maria Krohling Kunsch 3. Doutora Isabel Maria Guerreiro Nobre Vargues
Curso	Doutoramento em Letras
Área científica	Ciências da Comunicação
Especialidade	Media e Sociedade
Data da defesa	24/05/2013
Classificação	Aprovada com distinção



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

À minha família.

AGRADECIMENTOS

A DEUS, sempre, pela presença Dele na minha vida.

À minha mãe amada, Maria José Neiva, pela formação moral e educacional que me proporcionou, por acreditar, torcer e rezar por mim – enfim, por ser minha mãe.

Ao meu marido, José Guedes, o amor da minha vida, por me acompanhar e viver os bons e os maus momentos comigo, de forma tão presente e intensa.

Aos meus amados irmãos Humberto e Ellen, cunhada Myrna e sobrinhos Bárbara, Giovana, Guilherme e Julia, pelo carinho e incentivo e por compreenderem a minha ausência física.

As minhas queridas amigas, irmãs espirituais, Simone Nascimento e Rose Araújo, através de quem agradeço a todos os outros amigos. Muito obrigada por serem parte da minha vida.

A minha caríssima orientadora, Doutora Isabel Ferin Cunha, pelo acolhimento e orientação no doutoramento. Muito obrigada pelas colocações precisas e sugestões oportunas, pelos ensinamentos que me proporcionou e pela oportunidade de tê-la conhecido.

A minha caríssima co-orientadora, Doutora Margarida Kunsch, pelo incentivo e confiança em mim. Muito obrigada pelas imprescindíveis considerações e sugestões, pelos ensinamentos e por, mais uma vez, fazer parte da minha trajetória acadêmica.

Aos amigos maranhenses/aveirenses, pelo compartilhamento das alegrias e preocupações no percurso de um mestrado ou doutoramento.

A minha família portuguesa, pelo carinho com que me acolheu em terras lusitanas.

Aos meus colegas professores do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), pelo apoio nos momentos em que mais precisei.

Aos coordenadores e tutores do Programa “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares”, Cristina Bunn, Carlos Dublante, Fernanda Pinheiro e Flávia Moura, pelas informações prestadas e entrevistas concedidas.

Aos bolsistas desse Programa, que tão gentilmente me acolheram, em especial aos doze alunos que atenderam ao meu convite para participar da investigação desta tese.

Aos dirigentes da UFMA que me concederam parte de seu tempo e importantes entrevistas – Natalino Salgado (Reitor), Antônio Luiz Amaral (então Pró-Reitor de Extensão), Kátia Moura (Assessora de Relacionamentos Institucionais), Giselle Marques (então Assessora de Comunicação) e Haphisa Souza (então chefe do Núcleo de Relações Públicas).

Aos funcionários da UFMA e da Universidade de Coimbra, pelas orientações recebidas.

À Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA) pela bolsa de estudos com que me contemplou.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	13
------------------	----

PARTE I – AS TEORIAS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

1	RELAÇÕES PÚBLICAS: ORIGEM E BASES CONCEITUAIS INICIAIS.....	19
1.1	A gênese das relações públicas: primeiras práticas e conceitos.....	19
1.2	Da dimensão persuasiva à emergência da perspectiva gestora de relacionamentos.....	25
1.2.1	As relações públicas, a opinião pública e a opinião não-pública: breves considerações à luz de Jürgen Habermas e Niklas Luhmann.....	36
2	O ENFOQUE CONTEMPORÂNEO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS: GESTÃO DOS RELACIONAMENTOS COM PÚBLICOS ESTRATÉGICOS.....	51
2.1	O pensamento norte-americano.....	51
2.2	O pensamento brasileiro.....	60
2.3	Reflexões sobre as bases conceituais contemporâneas das relações públicas à luz das abordagens estratégica e crítica.....	74

PARTE II – AS MEDIAÇÕES E OS RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

3	PRESSUPOSTOS TEÓRICOS SOBRE MEDIAÇÕES: UM RECORTE.....	81
3.1	A mediação como mecanismo de controle social pela informação.....	81
3.2	A mediação sob o prisma da relação entre comunicação, cultura e transformação social.....	88
3.3	A mediação como processo estruturante da comunicação.....	93
4	OS RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS NA PERSPECTIVA DAS MEDIAÇÕES.....	101
4.1	Relacionamentos institucionais: processos mediados e mediadores.....	101
4.2	A comunicação em rede na sociedade contemporânea: impactos nos relacionamentos e nas mediações.....	113

PARTE III – O ESTUDO EMPÍRICO

5	OS LÓCUS DE INVESTIGAÇÃO.....	124
5.1	O Estado do Maranhão.....	124
5.1.1	O cenário socioeconômico e demográfico.....	124
5.1.2	O ensino superior.....	132
5.2	Considerações sobre a reforma universitária no Brasil.....	137
5.3	A Universidade Federal do Maranhão (UFMA).....	150
5.3.1	As ações de reestruturação e de inclusão social.....	153
5.3.2	A comunicação organizacional.....	157
5.3.3	O Programa “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares”: origem, objetivos e atuação.....	164
6	O PERCURSO METODOLÓGICO.....	170
6.1	Os contextos de observação das mediações dos bolsistas.....	178
6.2	A representação dos atores sociais no discurso.....	184
7	OS RELACIONAMENTOS ENTRE A UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO (UFMA) E OS BOLSISTAS, SOB O PRISMA DAS MEDIAÇÕES: ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS.....	191
7.1	Os atores sociais representados no discurso dos bolsistas.....	192
7.1.1	As auto-representações.....	193
7.1.2	As representações da UFMA e do Conexões de Saberes.....	206
7.2	Os relacionamentos entre a UFMA e os bolsistas: repercussões das mediações e das representações dos atores sociais.....	217
	CONCLUSÕES.....	231
	REFERÊNCIAS.....	242
	ANEXOS.....	255

LISTA DE SIGLAS

AAUFMA - Associação dos Amigos da Universidade Federal do Maranhão

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas

ACD - Análise Crítica do Discurso

ALFASOL - Alfabetização Solidária

Anatel - Agência Nacional de Telecomunicações

ANDIFES - Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior

APRUMA - Associação dos Professores da Universidade Federal do Maranhão

ARI - Assessoria de Relacionamentos Institucionais

ASCOM - Assessoria de Comunicação

ASSUMA - Associação dos Servidores da Universidade Federal do Maranhão

CAEMA - Companhia de Águas e Esgotos do Maranhão

Capex - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CCJ - Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania

CD - Conselho Diretor

CDH - Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa

CE - Comissão de Educação, Cultura e Esporte

CEUMA - Centro de Ensino Unificado do Maranhão

CLA - Centro de Lançamento de Alcântara

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

COLUN - Colégio Universitário

Conaes - Comissão de Avaliação da Educação Superior

CONSAD - Conselho de Administração

CONSEPE - Conselho de Ensino e Pesquisa

CONSUN - Conselho Universitário

DCE - Diretório Central dos Estudantes

Enade - Exame Nacional de Desempenho de Estudantes

Enem - Exame Nacional do Ensino Médio

FAPEMA - Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão

FESM - Federação das Escolas Superiores do Maranhão

FGV - Fundação Getúlio Vargas

FIES - Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior

FM - Frequência modulada

FONAPRACE - Fórum Nacional de Pró-Reitores de Assuntos Comunitários e Estudantis

FNDE - Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação

FSADU - Fundação Sôsândrade de Apoio ao Desenvolvimento da Universidade Federal do Maranhão

FUM - Fundação Universidade do Maranhão

FUNAI - Fundação Nacional do Índio

GPS - Global Positioning System

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDH - Índice de Desenvolvimento Humano

IES - Instituição de Ensino Superior

IFES - Instituição Federal de Ensino Superior

IFMA - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira

INSS - Instituto Nacional do Seguro Social

LDB - Lei de Diretrizes e Bases da Educação

Libras - Língua Brasileira de Sinais

MCTI - Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação

MEC - Ministério da Educação e Cultura

NAE - Núcleo de Assuntos Estudantis

NAPPEDE - Núcleo de Pró Acessibilidade e Permanência de Pessoas com Deficiência à Educação

NeaD - Núcleo de Educação a Distância

NRPC - Núcleo de Relações Públicas e Cerimonial

NRPP - Núcleo de Relacionamento, Publicidade e Propaganda

NTI - Núcleo de Tecnologia e Informação

ONG's - Organizações Não Governamentais

PET - Programa de Educação Tutorial

PIB - Produto Interno Bruto

PIC's - Projetos Inovadores de Curso

PL - Projeto de Lei

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

PNAES - Programa Nacional de Assistência Estudantil

PNE - Plano Nacional de Extensão Universitária

PROEB - Programa Especial de Formação de Professores para a Educação Básica

PROEX - Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras

Proext/MEC - Programa de Extensão Universitária do Ministério da Educação e Cultura

ProUni - Programa Universidade para Todos

Reuni - Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais

RUEP - Rede de Universitários de Espaços Populares

SECAD - Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão

SECTEC - Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia, Ensino Superior e Desenvolvimento Tecnológico

SESu/MEC - Secretaria de Ensino Superior do Ministério da Educação e Cultura

Sinaes - Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

SINDSEP - Sindicato dos Servidores Públicos Federais no Estado do Maranhão

SINTEMA - Sindicato dos Trabalhadores em Educação de 3º Grau no Estado do Maranhão

Sisu - Sistema de Seleção Unificada

SOMACS - Sociedade Maranhense de Cultura Superior

UAB - Universidade Aberta do Brasil

UEMA - Universidade Estadual do Maranhão

UERJ - Universidade do Estado do Rio de Janeiro

UFF - Universidade Federal Fluminense

UFMA - Universidade Federal do Maranhão

UNICEUMA - Universidade Ceuma

UNIVIMA - Universidade Virtual do Maranhão

RESUMO

Parte das universidades federais brasileiras adotaram, desde 1999, o sistema de reserva de vagas, a partir de cotas definidas por critérios sociais e raciais, no processo seletivo de ingresso nos cursos de graduação. Nesta tese objetiva-se observar os relacionamentos institucionais que começaram a ser construídos entre a Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e os alunos cotistas desde 2007. Os relacionamentos institucionais são fundamentados teoricamente no âmbito das relações públicas. A observação desses relacionamentos é feita sob o prisma das múltiplas mediações dos cotistas, representados pelos bolsistas do Programa de Extensão daquela Universidade denominado “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares”. O percurso metodológico recorre às teorias das mediações de Manuel Martín Serrano, Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gómez, bem como à análise crítica do discurso, focada na representação dos atores sociais, seguindo a orientação teórica de Theo van Leeuwen. Utilizou-se como material de análise a transcrição dos discursos dos bolsistas, resultantes da aplicação de um questionário e de um grupo focal. A análise do discurso revela uma relação entre as mediações, as representações que eles fazem deles próprios e dos atores da UFMA envolvidos nos relacionamentos institucionais e os sentidos que circulam nesse processo. A análise conduz, ainda, ao entendimento dos relacionamentos institucionais como processos mediados e mediadores nas práticas de inclusão social da Universidade Federal do Maranhão.

ABSTRACT

Many Brazilian Federal Universities have adopted, since 1999, the place reservation system through quotas, defined by social and racial criteria, in the selective process for the graduation courses. In this thesis we aim to observe the institutional relationships that are beginning to be built between the Federal University of Maranhão (UFMA) and the quota students since 2007. The institutional relationships are theoretically based in the public relations area. These relationships are observed through the view of the grant holders from the scholarships Program “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares” (Knowledge Connections: dialogues between the university and the popular communities). The methodological process is based in the mediation theories of Manuel Martín Serrano, Jesús Martín-Barbero and Guillermo Orozco Gómez, as well as in the critical analysis of the speech, focused in the representation of the social actors, according the theoretical orientation of Theo van Leeuwen. The transcription of scholarship’s speeches was used as material for analysis, based on a focal group and an inquiry. The analysis of their speech shows the relationship among the mediations, the representation that they make of themselves and of other actors from the UFMA involved in the institutional relationships and the meanings in this process. The analysis also leads to the understanding of the institutional relationships as mediated and mediators processes in the practices of social inclusion at the Federal University of Maranhão.

INTRODUÇÃO

Nos últimos dez anos, a educação superior brasileira vem sendo objeto de mecanismos governamentais que têm como objetivo democratizar o ensino, a partir de uma reforma universitária. Dentre estas propostas, destaca-se, nesta tese, o sistema de reserva de vagas para negros e pessoas de baixa renda egressas de escolas públicas nos cursos de graduação das universidades federais, através de cotas sociais e raciais.

O referido sistema de cotas vem sendo mais fortemente discutido no Brasil desde 1999, quando foi apresentado, na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei nº 73 (PL nº 73), cuja proposta era reservar 50% das vagas das universidades federais para jovens que haviam concluído o ensino médio na rede pública, prioritariamente negros e indígenas, com renda familiar de até um salário mínimo¹ e meio *per capita*. A adoção das cotas pelas universidades, por serem objeto de um Projeto de Lei, não tinha uma perspectiva vinculativa, contudo, desde então, algumas universidades brasileiras adotaram esse mecanismo. Depois de uma longa tramitação no Congresso Nacional (Senado e Câmara dos Deputados) e da aprovação em todas as instâncias, em agosto de 2012, o PL transformou-se na Lei nº 12.711, conhecida como “Lei das Cotas”. A reserva de vagas tornou-se imperativa. A questão das cotas está circunscrita nas políticas brasileiras de inclusão social. Cabe esclarecer que o conceito de inclusão social nesta tese delinea-se no terreno da afirmação do direito à educação superior.

Embora legalizadas, as cotas sociais e raciais são alvo de críticas e polêmicas de várias ordens e de setores diversos da sociedade, da mesma forma que também o são os outros mecanismos da reforma universitária no Brasil, comentados em um dos capítulos desta tese. Uma das principais críticas de tais medidas centra-se na sua (in)eficácia na resolução do problema histórico de exclusão das classes populares do ensino superior brasileiro.

A polêmica da reserva de vagas tem sido vivenciada, *in loco*, pela investigadora, no exercício da docência na Universidade Federal do Maranhão² (UFMA), por mais de duas décadas. Em meio à possibilidade de outros olhares que o assunto permite, tal vivência despertou nela o olhar das relações públicas, sua área de formação e atuação profissional-acadêmica, conduzindo-a ao tema dos relacionamentos entre a Instituição e os alunos cotistas.

¹ Atualmente, o valor do salário mínimo brasileiro é de R\$ 622,00, o que equivale a, aproximadamente, 248,80 euros.

² A UFMA faz parte do Grupo Coimbra de Universidades Brasileiras, formalmente constituído como associação de dirigentes universitários em 27 de novembro de 2008 e composto por universidades nacionais que reconhecem a instituição coimbricense como alma *mater* (Grupo Coimbra, 2012). O vínculo criado entre a UFMA e a Universidade de Coimbra tornou-se mais uma motivação de caráter institucional para a investigadora ter a primeira como campo empírico em sua investigação no doutoramento.

Esse olhar não está atrelado à concordância ou à discordância da reserva de vagas, mas a uma situação concreta – a presença e o crescimento do número de alunos cotistas nas universidades federais.

Assim, estavam delineados os dois lócus macro da investigação – o Maranhão, um Estado brasileiro com grandes deficiências sociais, econômicas e educacionais, e a UFMA, campo empírico para o estudo de caso da tese. A escolha da UFMA como lócus de pesquisa encontra justificativa não somente no fato de constituir-se a instituição de docência da investigadora, mas, também, por ser a maior e a mais antiga universidade pública do Maranhão e a primeira nesse Estado a adotar as cotas, em 2007, antes da aprovação da “Lei das Cotas”. A escolha atende, ainda, ao desejo da investigadora de oferecer contribuições àquela Universidade, no campo das relações públicas.

Foi, então, necessário, estabelecer um recorte dentre os alunos cotistas da Instituição, ou seja, uma representatividade dos alunos considerados em vulnerabilidade socioeconômica, os chamados alunos de origem popular. Tomou-se como espaço de observação dos relacionamentos da UFMA com os cotistas e universo para a definição de uma amostra para a investigação o Programa de Extensão “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares”, implementado em várias universidades brasileiras e em funcionamento na Instituição desde 2006.

O Conexões de Saberes objetiva promover, nos campos financeiro e pedagógico, a permanência qualificada de alunos de origem popular, hoje, predominantemente cotistas, na Universidade, através de uma bolsa-auxílio e da complementação da formação acadêmica. Esta formação ocorre por meio de atividades de ensino, pesquisa e extensão que os preparem para uma intervenção qualificada em diferentes espaços sociais. Em 2010, o Programa passou por transformações, sem, porém, perder os objetivos inclusivos, tornando-se Programa de Educação Tutorial (PET), uma ação do Governo Federal brasileiro que apoia atividades acadêmicas que integram ensino, pesquisa e extensão. Neste estudo, dada a extensão do nome do PET, refere-se a ele em suas formas reduzidas, como Conexões de Saberes, Conexões ou Programa. Convém salientar que o olhar sobre o Conexões é de um espaço que medeia relacionamentos institucionais, sem nenhuma intenção de caráter avaliativo das atividades realizadas, nem do gerenciamento do Programa.

Os bolsistas do Conexões de Saberes, também nomeados de conexistas, em uma associação ao nome do Programa, constituem a amostra dos alunos de origem popular/cotistas para esta investigação. Portanto, os relacionamentos institucionais objeto de estudo desta tese são aqueles que acontecem entre a UFMA e aqueles bolsistas, no panorama socioeconômico

do Maranhão e no contexto dessa Universidade. Surge, assim, a primeira indagação do estudo, fruto de uma inquietação da investigadora: o que caracteriza esses relacionamentos?

O conceito de relacionamento que rege esta tese, desenhado em torno da mutualidade de interesses entre os envolvidos no processo relacional, é discutido no âmbito das teorias das relações públicas, na primeira parte do trabalho, composta por dois capítulos.

No primeiro capítulo, abordam-se a origem das relações públicas, quando a profissão estava associada à divulgação de empresas e pessoas nos meios de comunicação de massa e à persuasão, e a evolução das bases conceituais da atividade. O segundo capítulo trata do enfoque contemporâneo das relações públicas, centrado na gestão dos relacionamentos, sustentados pelo diálogo, com os públicos estratégicos, ou seja, com os grupos de interesse de uma organização pública, privada ou comunitária. Esses dois capítulos embasam-se teoricamente principalmente no pensamento dos norte-americanos James Grunig (1992, 2001, 2003, 2005, 2009a, 2009b), Scott Cutlip, Allen Center e Glen Broom (1964, 2006) e Edward Bernays (s/d, 2008a, 2008b), e dos brasileiros Cândido Teobaldo de Souza Andrade (1988, 1989, 1993), Margarida Kunsch (1997, 2003, 2007, 2009a, 2009b), Fábio França (2004, 2009a, 2009b) e Cicilia Peruzzo (1986, 2009a, 2009b).

Realizado o enquadramento teórico das relações públicas e seus conceitos, era preciso definir o ângulo de observação dos relacionamentos em questão, no cenário onde se insere o sistema de reserva de vagas. Partiu-se do entendimento que os relacionamentos entre a UFMA e os bolsistas envolvem interações burocráticas no campo da assistência estudantil, compromissos financeiros, compromissos docentes e discentes, responsabilidade social, atividades acadêmicas, expectativas dos bolsistas e da Universidade e interesses mútuos. Os relacionamentos institucionais implicam processos de comunicação e estes trazem em si elementos da mediação.

As mediações tornaram-se a perspectiva de observação daqueles relacionamentos. Neste estudo, mediação é entendida como um conjunto de variáveis socioculturais que intervêm e estruturam a comunicação. Assim, os processos de comunicação que permeiam as questões sociais e acadêmicas exemplificadas acima conferem aos relacionamentos entre a UFMA e os bolsistas características próprias, associadas ao histórico de exclusão das classes populares da educação superior no Brasil, ao contexto socioeducacional do Maranhão e ao contexto institucional da UFMA. A concepção de mediação a que se referiu antes fundamenta-se nas teorias de Manuel Martín Serrano (1981, 1985, 1997, 2004, 2008, 2009), Jesús Martín-Barbero (1997, 2000, 2002, 2009a, 2009b, 2009c) e Guillermo Orozco Gómez (1991a, 1991b, 1994a, 1994b, 1996a, 1996b, 1997, 2001, 2004a, 2004b). As teorias da

mediação formaram-se no campo das pesquisas dos efeitos da televisão sobre a audiência, tendo-se, neste trabalho, tomado emprestadas para as transpor e adequar à área das relações públicas.

Ao abordarem-se tais teorias, no capítulo três, na segunda parte do trabalho, privilegiaram-se os aspectos que poderiam contribuir para o desenho teórico-metodológico da observação dos relacionamentos institucionais. Enfatizaram-se, também, os pressupostos daquelas teorias que se articulavam com os conceitos das relações públicas em seu processo evolutivo. Dessa forma, com base nas premissas citadas acima, construiu-se a principal hipótese que se pretendeu verificar: os relacionamentos entre a UFMA e os bolsistas do Conexões de Saberes caracterizam-se como processos mediados e mediadores, na medida em que são configurados por processos de comunicação. Definiu-se, a partir daí, o objetivo geral da tese: analisar, sob a ótica das mediações, os relacionamentos institucionais da UFMA com os bolsistas daquele Programa. A definição dessa hipótese e objetivo gerou a necessidade de articularem-se os conceitos do campo das relações públicas e das teorias das mediações desenvolvidos nos capítulos um, dois e três, o que se faz no capítulo quatro. Nele discutem-se os relacionamentos institucionais na perspectiva das mediações. Com esse capítulo encerra-se a segunda e última parte da fundamentação teórica da tese.

O *corpus* para a observação e análise pretendidas foi composto pelo discurso dos conexas consubstanciado na transcrição do grupo focal realizado com base numa amostra e por meio da aplicação de um questionário individual. A orientação metodológica da investigação será comentada adiante.

Para contextualizar, em parte, o discurso dos bolsistas, precisava-se cenarizar os lócus de investigação. Faz-se isso no capítulo cinco, na terceira parte do trabalho, começando-se pelo Maranhão, em seus aspectos socioeconômicos e demográficos e do processo de implementação do ensino superior nesse Estado brasileiro. Para que se pudesse compreender a estrutura e as ações da UFMA e situá-la no quadro educacional nacional, antes da abordagem sobre a Instituição, também no capítulo cinco, tecem-se considerações sobre a reforma universitária no Brasil, para, a seguir, localizar-se a Universidade no panorama maranhense, descrevendo-a da sua origem até a atualidade. Evidenciam-se as ações de inclusão social da Instituição, aspecto central do *slogan* do atual reitorado - “A Universidade que cresce com inovação e inclusão social”, contextualizando-se a questão das cotas na UFMA. Aborda-se, ainda, a comunicação da Instituição, concluindo-se o capítulo cinco com a apresentação do Programa Conexões de Saberes.

Tomando como base as teorias das mediações, construiu-se uma metodologia que permitisse a resposta às indagações e o alcance dos objetivos da pesquisa, desenhando-se um constructo teórico-metodológico com o propósito de capturar as mediações na realidade empírica dos bolsistas. Àquele recurso chamou-se de “contextos de observação das mediações”. A partir destes contextos procedeu-se à análise do discurso dos bolsistas, orientada pela teoria da representação dos atores sociais de Theo van Leeuwen (1993,1997).

A apresentação e a combinação das metodologias das mediações, através daqueles “contextos de observação” e da análise do discurso, são desenvolvidas no capítulo seis, sinalizando-se que o objetivo metodológico do trabalho está em aplicar as mediações como recurso para as investigações no campo das relações públicas. Os resultados da análise do discurso dos conexas estão no capítulo sete, que finaliza o estudo empírico. Nessa análise, busca-se identificar os contextos e as razões que permeiam as escolhas que os bolsistas fazem para, em seus discursos, auto-representarem-se e para representarem os atores da UFMA que atuam nos relacionamentos com eles. Tal análise focaliza-se nas categorias de representação da “exclusão” e da “inclusão”, de van Leeuwen, e nas repercussões, tanto das escolhas representacionais, como das mediações dos conexas, na percepção que eles desenvolveram sobre os relacionamentos deles com a Instituição.

Por fim, apresentam-se as conclusões às quais chegou-se após o desenvolvimento da pesquisa bibliográfica, documental e empírica. No item final, as conclusões, sugerem-se ações que podem contribuir com a busca de soluções para os problemas apontados pelos bolsistas no processo relacional deles com a UFMA.

Cabe aqui um breve esclarecimento sobre a figura que ilustra a capa da tese. As setas paralelas invertidas são o símbolo das relações públicas, em uma representatividade de uma via de mão dupla, ou, em outras palavras, do diálogo entre instâncias com interesses em comum. Tendo-se como referenciais os conceitos contemporâneos dessa área e as práticas de inclusão social que serão discutidas neste trabalho, o sentido que se atribui àquelas setas é o da convergência para um ponto central, simbolizando a interlocução entre a UFMA e os cotistas em torno da afirmação de direitos no campo da educação superior brasileira. As setas possibilitam, ainda, uma leitura no sentido do redirecionamento de trajetórias dos atores em questão, na perspectiva da inclusão social e educacional.

As citações e referências bibliográficas desta tese obedeceram ao Sistema de Referência de Havard. Quando houve necessidade, diante de casos específicos, recorreu-se às regras e normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) para trabalhos acadêmicos.

PARTE I – AS TEORIAS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

1 RELAÇÕES PÚBLICAS: ORIGEM E BASES CONCEITUAIS INICIAIS

Com vistas a fundamentar teoricamente o objeto de estudo desta tese e de introduzir importantes conceitos do campo das relações públicas que sustentem o desenvolvimento da investigação, analisa-se, neste capítulo, a gênese da atividade e realiza-se uma sistematização teórica da área, demonstrando-se sua evolução conceitual, a partir de referentes norte-americanos e brasileiros.

Após se apresentar o cenário norte-americano em que nasceram e os conceitos sobre os quais, inicialmente, desenvolveram-se as relações públicas, dentro de uma orientação persuasiva, aborda-se a relação entre essa área e a opinião pública, dada a origem da atividade.

Na evolução conceitual que se faz, embora predominantemente inserida na escola norte-americana, à medida que torna-se necessário e pertinente para efeito de contextualização e de evidenciar paralelos entre os referenciais teóricos, introduzem-se elementos conceituais próprios do cenário brasileiro no que diz respeito aos primeiros aportes da área. Contudo, é no capítulo (dois) sobre o pensamento contemporâneo das relações públicas, que se segue a este, que expõem-se as principais tendências, tanto nacionais como norte-americanas, naquele campo.

1.1 A gênese das relações públicas: primeiras práticas e conceitos

A literatura da área registra que foram os norte-americanos que inventaram as relações públicas, no ano de 1906. Os Estados Unidos da América, desde o princípio da prática profissional e do ensino acadêmico dessa atividade no resto do mundo, são considerados fonte de ensinamentos, embora suas teorias não sejam isentas de críticas e a investigação científica tenha avançado também em outros países.

Entretanto, os manuais de relações públicas citam atividades, anteriores àquela data, consideradas semelhantes a essa área. Segundo Penteado (1984), a ideia por trás da expressão relações públicas pode ser encontrada na antiguidade: o imperador romano Júlio César editava todos os dias o que o autor chama de antepassado dos jornais murais - as *Actas Diurnas* -, em que dava conta dos sucessos do Império. Essa ação do imperador revela a consciência daquele quanto à necessidade de informar o público e possibilita considerá-lo o precursor dos profissionais de relações públicas.

Há, na história, muitos outros exemplos de esforços para se chegar a um nível satisfatório de aceitação social, em diferentes contextos, diz Penteado(1984). Isso poderia servir de parâmetro para identificar atividades associadas às relações públicas, porém, para efeito do que aqui se pretende, tomam-se como referência os fatos considerados institucionalizadores da profissão como atividade regular, nos Estados Unidos da América.

Cabe esclarecer, ainda, que, no decorrer da pretendida contextualização da gênese da atividade, traça-se um paralelo com os chamados modelos das práticas das relações públicas, de Grunig e Hunt (2003), através dos quais os autores descrevem a história da área. Tais modelos constituem-se um conjunto de conceitos que expressam diferentes objetivos, cenários organizacionais e formas de avaliar o êxito das ações empreendidas, que ajudam a compreender as relações públicas em sua diversidade. São representações da realidade e, por isso, não contemplam todas as atividades associadas à área. Nesta tese, os modelos servem para ilustrar a evolução da área no que se refere às práticas, natureza da comunicação nessas práticas, objetivos e bases conceituais.

Nesse sentido, em que pese o surgimento oficial estar localizado na primeira década do século XX, a prática de atividades embrionárias das relações públicas, entre 1850 e 1900, delineia o primeiro modelo daqueles autores – o de agente de imprensa/propaganda. Tais atividades eram exercidas pelos chamados agentes de imprensa e propagandistas, tinham caráter propagandístico-persuasivo e objetivavam promover organizações, ideias, produtos, artistas e políticos nos meios de comunicação, sempre pelo viés positivo, nem que para isso fosse necessário “comprar” os jornalistas, distorcer informações ou encobrir a verdade. A natureza da comunicação, portanto, era unilateral – produzida unicamente pelo interessado nas ações promocionais.

No início do século XX, os Estados Unidos viviam um contexto marcado pelo aparecimento de poderosos monopólios, concentração de riquezas em poucas mãos, perseguição ao lucro sem preocupação com a ética, exploração dos empregados e uso do governo para interesses empresariais escusos. Diante desse quadro, iniciou-se uma forte pressão dos próprios trabalhadores contra tais abusos e surgiram uma literatura e uma imprensa de denúncia. Os grandes capitalistas denunciados, acusados e acuados, para evitar mais denúncias, viram-se obrigados a se explicar perante o público, através da imprensa informativa, em substituição aos anúncios ou matérias pagas (Wey, 1983; Peruzzo, 1986).

Nasceram, assim, as relações públicas como atividade regular, simbolizadas na figura do jornalista Ivy Lee que, junto com George Parker, criou, em 1906, a agência Parker & Lee, para oferecer serviços de imprensa àqueles empresários (Grunig; Hunt, 2003). Um de

seus principais clientes foi a *Pennsylvania Railroad*, à qual somaram-se outras ferrovias e empresas de serviço público, entre 1906 e 1917. Estas ferrovias foram as primeiras empresas a sentirem a revolta da opinião pública irritada e a consequente legislação reguladora, contrária aos interesses dos proprietários (Wey, 1983).

Convém esclarecer, frente aos objetivos deste capítulo, que, em 1914, foi criado o primeiro departamento de relações públicas do Brasil, por iniciativa da antiga multinacional canadense *Light & Power Co.Limited*, hoje Eletropaulo, em meio aos conflitos relacionados ao monopólio comercial dos serviços de energia elétrica e água potável, explorados pelo governo brasileiro. A atuação do departamento era focada no relacionamento com a imprensa e esclarecimentos à opinião pública. Nasceram as relações públicas no Brasil, orientadas pelo modelo norte-americano, à mesma época da atuação de Lee (Kunsch, W., 2009).

A máxima “O público deve ser informado”, proferida por Lee e sintetizada na Declaração de Princípios que o guiava nas relações com os jornalistas, expressa o conceito da sua prática, mais tarde associada à institucionalização das relações públicas. Ao enviar declarações para a imprensa, Lee incluía uma cópia da referida Declaração, na qual destacava sua intenção de divulgar à imprensa e ao público dos Estados Unidos - com absoluta franqueza, para o bem das empresas e das instituições públicas - informações exatas relativas a assuntos de valor e de interesse público, disponibilizando-se a fornecer detalhes sobre qualquer questão (Wey, 1983).

A expressão de Lee funciona como rótulo contrário à visão do então mundo empresarial negativo, obscuro e explorador e aparece na história das relações públicas como uma oposição à afirmação “O público que se dane”, proferida pelo empresário William Vanderbilt, em 1882, em resposta aos jornalistas, quando cobrado sobre a qualidade dos serviços prestados por suas ferrovias. Aquela afirmação representa uma época em que ainda não havia iniciativas das organizações de informar o público sobre as ações que de alguma forma o afetavam, bem com a questão da “competição” no cenário empresarial.

O caso de maior destaque de Lee foi sua contratação pelo magnata do petróleo John D. Rockefeller, em 1914, para, através de informações divulgadas nos jornais, mas no formato de notícia, mudar sua imagem de odiado a venerado pela opinião pública. Segundo Penteadó (1984:12), Lee teve a seu crédito não apenas a transformação da “imagem” de Rockefeller – o que poderia ser confundido com uma forma de propaganda – [...]mas a

*transformação do próprio homem, que se dispôs a colocar seus cabedais ao serviço da humanidade através da Fundação Rockefeller*³[...].

Apesar dos esforços empreendidos para dar notoriedade às organizações a quem prestava serviço, Lee o fazia com a ideia de conseguir que aquelas fossem mais responsáveis perante o público, nem que tivessem de mudar de comportamento. Ele se propunha a interpretar a organização para o público e vice-versa, tendo o público como preocupação primordial. Contudo, nunca realizou uma pesquisa de opinião pública e seus conselhos se fundamentavam em sua intuição sobre aquela (Hunt, 2003; Castillo, 2010).

Ao mesmo tempo em que Lee aparece nos livros de relações públicas como um homem comprometido com o interesse público, também é criticado por ter representado muitos clientes desprezados pelo público. Outra razão para críticas está no fato dele, nos anos trinta do século passado, ter assessorado os nazistas sobre como melhorar as relações entre os alemães e os norte-americanos. Lee ainda foi acusado de não seguir os princípios por ele mesmo declarados, para encobrir seus clientes.

A definição da Declaração de Princípios de Lee aponta para uma iniciativa que diferencia seu serviço de imprensa do que até então era praticado de forma abusiva. O destaque para a franqueza e transparência na referida Declaração pode, por um lado, indicar o início de uma prática profissional sustentada em princípios éticos. Por outro, parece conter elementos de sedução, para ganhar a confiança dos jornalistas e espaço gratuito nos jornais, com conseqüente influência na formação da opinião pública, em substituição aos subornos praticados em épocas anteriores. Isso porque aqueles princípios, em torno da verdade, contrapunham-se ao que se constituiu exatamente a motivação para a contratação dos serviços de Lee – o comportamento inescrupuloso das empresas que começava a ser rejeitado pela população.

Até então, ainda não havia uma definição para o termo “público” em relações públicas, o qual parecia estar associado à audiência dos meios de comunicação. Nesse sentido, a atuação de Lee, em especial com base na Declaração citada, também revela um primeiro esforço para identificar e segmentar um grupo de interesse de uma dada organização e dar um

³ A Fundação Rockefeller, pioneira na filantropia global, foi criada em 1913, com a proposta de promover o bem-estar da humanidade, tendo John D. Rockefeller como seu primeiro presidente. Hoje, a Fundação apoia trabalhos que buscam ampliar oportunidades para pessoas pobres e vulneráveis, nos Estados Unidos da América e por todo o mundo, e assegurar o compartilhamento dos benefícios da globalização, com foco nas áreas social, da saúde, preservação do meio ambiente e educação (Rockefeller Foundation, 2012). Cabe esclarecer que, no início, a Fundação foi recebida com grande desconfiança, já que existiam muitas suspeitas com relação à riqueza da família.

tratamento específico ao que mais tarde se definiria como um importante público em relações públicas - a imprensa. Desse modo, mesmo que de forma elementar, começavam a ser delineadas as bases do conceito da atividade como gerenciadora dos relacionamentos entre uma organização e seus públicos.

Apesar de Lee introduzir na prática profissional das relações públicas a preocupação em pautar as ações de uma organização a partir dos contornos da opinião pública e de orientar o seu trabalho pela interpretação da organização para o público e vice-versa, tal interpretação era feita de forma intuitiva, sem fundamentos científicos, o que trazia a possibilidade de leituras convenientes aos clientes ou as suas ações. O termo “opinião pública” adquiria, com as relações públicas, uma conotação de opinião não-pública, no sentido de relacionar-se a interesses privados, dissociados de um processo de debate crítico, como se aborda em item posterior (1.2.1) que trata desse assunto.

No que tange os clientes, se realmente Lee conseguiu provocar neles uma real mudança de comportamento (na verdade, de caráter, pelo exposto), como afirma Penteado (1984), indaga-se se é possível tal feito ser atribuído unicamente à atuação de um profissional de relações públicas e se não se tratava de manter uma aparência conveniente aos negócios.

Questiona-se, também, se os empresários não mantinham os serviços profissionais de relações públicas como parte da estratégia de mostrarem-se interessados no bem estar da sociedade, em um momento em que eram cobrados publicamente, mas sem necessariamente estarem imbuídos por tal sentimento, cenário mais compatível com o então comportamento anti-ético das empresas norte-americanas.

A prática profissional de Lee encaixava-se nas atividades que caracterizam o segundo modelo de relações públicas de Grunig e Hunt (2003), associado ao período entre os anos de 1900 e 1920 – de informação pública. A ênfase desse modelo está na disseminação de material informativo na mídia e na produção de folhetos e revistas que valorizem a veracidade das mensagens, sem intuito persuasivo, a exemplo do trabalho de um jornalista. Da mesma forma que o modelo anterior - o de agente de imprensa/propaganda -, a comunicação tem caráter unidirecional.

O esquema transmissivo que se observa na produção da comunicação que fundamenta os dois primeiros modelos de relações públicas referidos enquadra-se na teoria da informação ou teoria matemática da comunicação, desenvolvida no âmbito da engenharia das telecomunicações, nos anos de 1940, por Claude Shannon e Warren Weaver, com base no processo de comunicação entre dois aparelhos telefônicos. A teoria informacional compreende os seguintes componentes: fonte (informação); mensagem; codificador (ou

emissor), que transforma a mensagem em sinais; canal (meio utilizado para transmitir os sinais); destinação (para quem a mensagem é transmitida) (Wolf, 2003).

Tal modelo comunicativo privilegia a transferência de informação entre dois pólos, ou seja, a eficácia do processo e não sua dinâmica, e expressa a comunicação como “transmissão”, sem levar em conta o aspecto da significação. Essa tendência está representada, segundo Wolf (2003), na teoria da sociedade de massa e na correspondente “teoria da bala mágica” (“teoria da agulha hipodérmica”, “*bullet theory*” ou “teoria da correia de transmissão”).

A sociedade de massa concretiza-se em um conjunto de indivíduos anônimos, isolados e atomizados, separados no espaço, que não se conhecem e que têm pouca ou nenhuma possibilidade de exercer uma ação ou uma influência recíprocas. Foi consequência, sobretudo, da industrialização progressiva, da revolução dos transportes e do comércio e da difusão de valores abstratos de igualdade e de liberdade. Esses são processos sociais que provocaram a dissolução da elite e das formas sociais comunitárias e contribuíram para os consequentes isolamento e alienação das massas.

A ideia central da teoria hipodérmica, orientada por premissas behavioristas que evidenciam a relação estímulo-resposta, é que as mensagens da mídia são recebidas de maneira uniforme pelos membros da audiência, desencadeando respostas imediatas e diretas e determinando o comportamento daquela, da forma pretendida pelo emissor (DeFleur e Ball-Rokeach, 1993). Trata-se da teoria da comunicação que iniciou os estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa na audiência, para a qual o processo comunicativo era linear, direto, de efeito imediato, e o receptor era maleável às pretensões do emissor.

Os conceitos acima refletem o contexto social e o público alvo das atividades iniciais das relações públicas, bem como a teoria da comunicação na qual se sustentavam.

Ainda sobre os dois modelos de relações públicas em questão, observa-se que os esforços dos profissionais - não necessariamente éticos - de tentar incluir os temas de interesse da organização na pauta dos meios de comunicação remetem ao objeto da chamada hipótese do *agenda-setting*. Segundo esta, os meios pautam assuntos, em detrimento de outros, sobre os quais a audiência deve pensar e discutir, o que gera efeitos, a longo prazo, na percepção que as pessoas constroem da realidade.

A prática profissional das relações públicas, como se viu acima, até a segunda década do século XX, ainda não dispunha de fundamentos teóricos-conceituais, quando estes começam a ser definidos. No item a seguir, abordam-se dois momentos da evolução da área - a elaboração dos primeiros contornos científicos, predominantemente persuasivos, no âmbito

dos Estados Unidos e do Brasil, e o posterior avanço para os conceitos da atividade como gestora dos relacionamentos entre uma organização e seus públicos, em um estágio precursor da perspectiva estratégica contemporânea desse campo.

1.2 Da dimensão persuasiva à emergência da perspectiva gestora de relacionamentos

No período da história das relações públicas correspondente ao final do século XIX e a Primeira Guerra Mundial, a profissão era configurada como uma atividade de promoção e de propaganda de pessoas, organizações e ideias, por meio da divulgação de informações que influenciassem a opinião pública e produzissem os efeitos de aceitação e comportamentos favoráveis àqueles. Ou seja, como um processo de comunicação linear.

Por ocasião daquele conflito, no panorama norte-americano, as questões patrióticas tornaram-se o foco das estratégias de comunicação do governo, cujo objetivo era de incidir sobre a opinião pública e convencer a população da necessidade dos Estados Unidos entrarem na Guerra. Para gerir a comunicação, antes e durante esta, o presidente Thomas Wilson criou o Comitê de Informação Pública, a agência de propaganda norte-americana, que canalizou os esforços dos melhores especialistas em sociologia, psicologia, publicidade e jornalismo de então.

Nesse contexto, os veículos de comunicação de massa tornaram-se as principais ferramentas de persuasão para conquistar a cooperação e o entusiasmo irrestrito da população civil para com a Guerra. Eram necessários sacrifícios em termos materiais, que os jovens deixassem suas famílias e alistassem-se nas forças armadas. O vigor no trabalho das fábricas tinha de ser mantido inabalável. O governo precisava conseguir dinheiro para financiar a Guerra. A propaganda foi o meio utilizado para obter a efetiva contribuição da população com a nação (DeFleur e Ball-Rokeach, 1993).

Como consequência da Guerra, passou-se a acreditar no poder dos meios de comunicação de massa de modelar a opinião pública e de inclinar as massas para os pontos de vista desejados pelos emissores. Desse modo, as relações públicas foram impregnadas pela propaganda (Castillo, 2010).

Após a Guerra e em tal cenário, em 1923, surgiu o termo relações públicas, para designar o que até então era praticado pelos chamados agentes de imprensa ou

propagandistas, na primeira obra do mundo sobre a área, “*Crystallizing public opinion*”⁴, de Edward Bernays. Segundo Bernays (s/d), que havia participado do referido Comitê de Informação Pública, tal profissão desenvolveu-se para atender às demandas por especialistas habilitados ao aconselhamento de técnicas de consentimento público. A atividade ganhou os primeiros fundamentos científicos, apoiados em métodos psicológicos de conhecimento do comportamento dos públicos e de persuasão da opinião pública para a aceitação e apoio às organizações.

*A opinião pública é um agregado final de opiniões individuais – bem uniformes, ou bem conflituosas – de homens e mulheres que constituem uma sociedade ou um grupo social*⁵ (Bernays, 2008a:81). São muitas as forças externas que a influenciam – família, escola, cinema, rádio, publicidade, igrejas, líderes, imprensa, sendo que esta destaca-se entre as várias instituições modeladoras ou porta-vozes da psiquê humana. Assim sendo, a compreensão da opinião pública requer o exame do indivíduo que forma aquele grupo, já que suas ações e pensamentos têm implicações sociais.

Nesse sentido, o assessor ou consultor de relações públicas deve utilizar os conhecimentos das ciências sociais⁶ para compreender a opinião pública, a motivação dos públicos e os métodos para modificar os pontos de vistas destes. A ele cabe interpretar o público para seu cliente e o seu cliente para o público. O conceito central das relações públicas é fazer coincidir os interesses da organização com os interesses dos públicos, de forma responsável e benéfica para ambos, o que requer as correções necessárias nas atitudes da organização para aproximá-las das demandas dos públicos (Bernays, 2008a).

Com base nessas premissas, Bernays (2008a) elaborou um modelo de persuasão que denominou “*The Engineering of Consent*”⁷, no qual compara a precisão dos cálculos da engenharia à precisão necessária ao profissional de relações públicas para calcular como pensam e se comportam os públicos quando o cliente quer comunicar algo a estes com base nos interesses privados. Para ele, toda pessoa e organização depende, em última instância, da aprovação pública, o que as faz deparar-se com o problema da engenharia do consentimento do público para um programa ou objetivo (Bernays, s/d).

⁴ Na publicação desse livro, Bernays foi influenciado pelas ideias de Walter Lipmann, que havia lançado o livro “*Public Opinion*”, em 1922. A Bernays é conferida a iniciativa de ter dado um caráter mais acadêmico às relações públicas, ao ministrar o curso *Public Relations*, na Universidade de Nova Iorque, naquele mesmo ano.

⁵ Tradução livre da autora.

⁶ Bernays foi influenciado pela concepção psicanalítica do seu tio Sigmund Freud, o que, aparentemente, despertou seu interesse pelas ciências sociais e do comportamento (Grunig e Hunt, 2003).

⁷ Essa expressão, na literatura consultada, é traduzida ora como engenharia do consentimento, adotada aqui, ora como engenharia do entendimento mútuo.

Tal processo fundamenta-se na capacidade de compreensão das pessoas que se quer conquistar, as quais nem sempre são capazes de entender determinados fatos, segundo o autor. [...] *Nesse caso, os líderes democráticos devem fazer a parte deles liderando os públicos através da engenharia do consentimento para objetivos sociais construtivos*⁸ (Bernays, s/d:115).

O modelo de persuasão requer um planejamento fundamentado nos recursos humanos e financeiros disponíveis, no conhecimento aprofundado da situação e na determinação dos objetivos, avaliando-se se são alcançáveis ou se precisam ser modificados e definindo-se o que alcançar, com quem e através de quem. Deve-se conhecer como os públicos agem individualmente e em grupo e o porquê de suas ações.

Conhecer a receptividade do público também demanda investigação, que deve estabelecer um denominador comum entre aquele e a organização. A pesquisa indica a estratégia a ser empregada, os temas a serem enfatizados, o uso das mídias, o tempo necessário para alcançar os públicos e as tendências destes. Nesse processo, identificam-se os líderes que exercem influência sobre os públicos e que, em geral, mantêm uma posição de controle, refletem os anseios dos seus seguidores e trabalham para promover os interesses destes. A investigação revela, ainda, as motivações conscientes e subconscientes dos públicos, as ações, palavras e imagens que levam a essas motivações e o nível de visibilidade das ideias na mente dos públicos.

A comunicação é a chave para a engenharia do consentimento. As pessoas, sugestionadas por uma ideia no nível ideológico, político ou social, traduzem-na em ação. O que Bernays (2008b:329) diz sobre os meios de comunicação reflete a crença na força de persuasão desses: *As pessoas aceitam os fatos que chegam a elas através dos meios*⁹[...]. Dessa forma, as técnicas do modelo de persuasão podem ser subvertidas e utilizadas para propostas anti-democráticas com o mesmo sucesso que quando usada para fins sociais desejáveis¹⁰.

A orientação teórica da persuasão permanece no conceito de relações públicas que surge na década de 1950, que a define como uma [...] *ação planejada para influenciar a opinião pública através de um desempenho responsável, baseado na comunicação*

⁸ Tradução livre da autora.

⁹ Tradução livre da autora.

¹⁰ Nesse sentido, Bernays foi acusado de manipular a opinião pública a favor de uma grande empresa de bananas, envolvida em negócios abusivos e anti-éticos (Grunig e Hunt, 2003), para se citar um exemplo. No entanto, há autores, como os irmãos Barquero (Bernays, Barquero e Barquero, 2008), que não associam o modelo de persuasão à manipulação, tendo, inclusive, adaptado tal modelo a questões da atualidade, ligadas ao multiculturalismo, na Espanha.

*recíproca*¹¹ (Cutlip e Center,1964:1). A mola propulsora das relações públicas é o reconhecimento do crescimento e poder da opinião pública. O objetivo básico dos programas da área é mudar ou neutralizar opiniões hostis, cristalizar opiniões latentes a favor da organização ou conservar opiniões favoráveis.

Entretanto, diferentemente dos anteriores, os pressupostos que cercam tal conceito sustentam-se em variáveis do contexto social e características dos meios de comunicação, como se verá abaixo, ampliando as bases teóricas das relações públicas e apontando para outro modelo de comunicação e para a dimensão sistêmica sobre a qual se desenvolveriam as posteriores teorias da área.

O papel dessa atividade em uma sociedade segmentada em uma infinidade de grupos sociais, na qual a comunicação é um elemento essencial para estabelecer as relações com os públicos, é ajudar as organizações a ajustarem-se e adaptarem-se às mudanças em seu entorno. Uma sociedade cada vez mais interdependente impõe responsabilidades às organizações que devem aceitá-las como condição para a prosperidade e permanência no mercado. Cutlip e Center (1964) usam o termo “ecologia das relações públicas” para explicar que estas tratam da interdependência referida. Também observam que, em um cenário cada vez mais complexo, as pessoas com interesses comuns reúnem-se em grupos de pressão para protegê-los e defendê-los, na tentativa de igualar seu poder com o da organização opositora.

A reunião e a reação das pessoas frente a um problema provocado por uma organização implícitas no que dizem os autores acima remetem ao conceito de público em relações públicas, que será visto mais à frente, na concepção de Grunig e Hunt (2003). Os públicos são um conjunto de pessoas associadas por vínculos comuns ou afetadas pelo mesmo assunto de consequências públicas, os quais sofrem constantes mudanças, e constituem-se responsabilidade institucional, segundo Cutlip e Center (1964).

Nesse sentido, Cutlip e Center (1964) afirmam que cabe ao profissional de relações públicas facilitar e garantir o fluxo de opiniões representativas dos vários públicos e aconselhar a direção para que as políticas e operações da organização sejam compatíveis com as necessidades e pontos de vista daqueles e tenham o máximo de aceitação pública. A mutualidade de interesses, através da comunicação bidirecional, é pré-requisito para a lucratividade da organização.

Cutlip e Center (1964) comparam as relações públicas a um *iceberg*, no qual três partes são invisíveis - a investigação, o planejamento e a avaliação - e somente uma, - a

¹¹ Tradução livre da autora.

*publicity*¹², é visível, muitas vezes referida como se abrangesse todo o processo da atividade. A *publicity* é definida como a informação, proporcionada por uma fonte externa, que os meios de comunicação utilizam, por ter valor informativo. É o que fazem os agentes de imprensa para atrair o interesse do público, fundamentados na teoria do *agenda-setting*. Assim, aquelas partes compõem o processo das relações públicas, dividido em quatro etapas: a investigação, o planejamento, a comunicação e a avaliação.

A investigação metódica e sistemática e o planejamento assemelham-se aos procedimentos da engenharia do consentimento de Bernays. A fase da comunicação envolve a escolha dos meios para influenciar aqueles cujo apoio interessa. Nessa fase, Cutlip e Center (1964) evidenciam a preocupação com as palavras do emissor, que devem ter o mesmo significado para o receptor, e o reconhecimento de variáveis intervenientes como as características dos meios de comunicação, o conteúdo da mensagem, a atenção que o receptor dá a ela, a predisposição daquele para recebê-la, modificá-la ou rejeitá-la e os relacionamentos dos receptores como membros de vários grupos. Assim, o foco da atividade de relações públicas deve ser o receptor, seus interesses e reações.

A avaliação, adicionada ao processo pelos autores, afere os resultados e a eficácia das técnicas utilizadas, através de métodos variados, como enquetes por amostragem, entrevistas em profundidade, análise de conteúdo, questionários, pesquisas de opinião pública. A utilização desses métodos substitui as pressuposições nas relações públicas, ou seja, percepções sobre os públicos sem uma investigação prévia. A avaliação como etapa do processo das relações públicas permite o *feedback* para uma comunicação eficaz da organização para os públicos.

A organização das atividades de relações públicas em um processo que busca melhor efetividade do objetivo do entendimento mútuo também compõe o arcabouço teórico da área no início da sua sistematização no Brasil, nos anos de 1962, marcado pela publicação do primeiro livro de relações públicas na América Latina, “Para entender relações públicas”, de Cândido Teobaldo de Souza Andrade.

Apesar de algumas semelhanças com o modelo de persuasão de Bernays e o processo de relações públicas de Cutlip e Center, Andrade (1993) o articula no sentido de estudar os grupos ligados direta ou indiretamente a uma organização, para transformá-los em

¹² Aqui, opta-se por não traduzir o termo *publicity*, seguindo-se a tendência de alguns livros, uma vez que os autores diferenciam a *publicity* da publicidade. Esta se refere à informação colocada nos meios de comunicação por um anunciante identificado, que paga pelo tempo ou espaço publicitário (Cutlip, Center e Broom, 2006), enquanto a *publicity* garante gratuidade na publicação de informações.

autênticos públicos, base das relações públicas, por meio de ampla liberdade de informação e discussão.

A primeira fase é a identificação daqueles grupos e a segunda o conhecimento das suas aspirações, atitudes e opiniões, através de pesquisas, para saber o que pensam e esperam da organização e apreciar seu comportamento frente a políticas e diretrizes desta.

A terceira é o levantamento das condições internas da organização, por meio de críticas e investigação das normas e métodos de trabalhos, além da estrutura, instalações e relações com os empregados, para a identificação das áreas desajustadas. A quarta fase é a revisão e melhoria de normas e processos para eliminar as causas dos desajustes e aplicar princípios destinados a obter a boa vontade do grupo.

O quinto passo é o programa de comunicação, com a preparação e veiculação de material informativo para estimular o interesse público para a organização. Enquanto, nessa etapa do processo, os aportes teóricos norte-americanos enfatizam os meios de comunicação de massa como aliados das relações públicas em sua função de influenciar a opinião pública, os conceitos brasileiros, sem excluir aqueles meios, destacam a necessidade de veículos próprios para levar informação aos segmentos-alvo, os chamados veículos de comunicação dirigida¹³, de modo a atingir os objetivos das relações públicas, ou seja, a criação e o estabelecimento de públicos (Andrade, 1993).

A última fase do processo é o controle e a avaliação dos resultados mediante nova apreciação do comportamento dos públicos para verificar a eficácia das medidas tomadas, em relação ao objetivo inicial de formação de públicos.

No que se refere ao conceito de público e à opinião pública, Andrade (1989) realizou um amplo estudo sobre as formas de comportamento coletivo - multidão, massa e públicos -, a partir das obras de Gustave Le Bon, Gabriel Tarde, Herbert Blumer, Karl Mannheim e José Ortega Y Gasset. Esses autores influenciaram Andrade na definição do conceito psicossociológico de público no campo das relações públicas, que se apresenta aqui.

As diferentes características dos três tipos de comportamento coletivo podem ser esclarecidas através das conceituações de multidão e massa. A multidão refere-se à interação de participantes anônimos e homogêneos, em contiguidade física, que agem movidos por emoções e impulsos e não obedecem a uma liderança nem a regras, em situações específicas e efêmeras. A massa sustenta-se na heterogeneidade e não contiguidade física, o que não significa a ausência de intercâmbio de estímulos entre eles. Seus integrantes podem sofrer tais

¹³ Tais veículos são classificados em impressos (jornais de empresa, mala-direta etc.), orais (reuniões etc.), audiovisuais (vídeos etc.) e aproximativos (eventos, visitas etc.) (Andrade, 1993).

estímulos sem necessidade de contato pessoal, pois os veículos de comunicação massiva proporcionam o comum excitante a grandes coletividades (Andrade,1989).

Já o público tem como característica fundamental, de acordo com as correntes sociológicas pesquisadas por Andrade (1989), a predominância das considerações racionais em relação às emoções, em face de controvérsias em discussão. A partir do estudo realizado, em uma concepção psicossociológica, o autor diz que público é

o agrupamento espontâneo de pessoas adultas e/ou de grupos sociais organizados, com ou sem contigüidade física, com abundância de informações, analisando uma controvérsia, com atitudes e opiniões múltiplas quanto à solução ou medidas a serem tomadas perante ela; com ampla oportunidade de discussão, e acompanhando ou participando do debate geral por meio da interação pessoal ou dos veículos de comunicação, à procura de uma atitude comum, expressa em uma decisão ou opinião coletiva, que permitirá a ação conjugada (Andrade, 1989:41).

Cabe, assim, às relações públicas, segundo o autor, a tarefa de formar públicos, facilitando a discussão e fornecendo as informações necessárias, por meio do processo citado.

Os públicos podem ser classificados em internos, externos e mistos, a partir do chamado critério “geográfico”, que os categoriza de acordo com a proximidade com a organização: internos são aqueles que têm clara ligação socioeconômica ou jurídica com a empresa e ocupam suas dependências; externos, são os que não apresentam tal ligação. Os públicos mistos são os que têm a referida ligação, mas não vivenciam a rotina da empresa nem ocupam seu espaço físico. Esta última categoria foi criada na academia brasileira, na tentativa de explicar os grupos que, apesar de não pertencerem à empresa, ligavam-se a ela de forma estreita.

Determinar o que é o público é imprescindível para compreender a opinião pública, já que esta dele resulta. Nesse processo, frente às emoções prevalece a razão, exigível em face dos argumentos e contra-argumentos que devem ser explicados, justificados e criticados, envolvendo avaliação, reflexão e julgamento (Andrade,1989).

Contudo, na formação da opinião pública, há determinantes não-racionais - a censura e a propaganda -, utilizados para influenciar, emocionalmente, a opinião de um determinado setor da sociedade. Andrade (1989) enfatiza, também, que as características subjetivas perturbam a discussão racional das controvérsias expostas.

São quatro as fases no desenvolvimento da opinião pública, conforme Andrade (1989). A primeira é o aparecimento de questões de interesse geral, que não podem ser resolvidas pelos padrões e normas culturais tradicionais. Representa uma tentativa de colocar a controvérsia em discussão pública. Em seguida, tem-se a definição da controvérsia,

mediante debates preliminares e exploratórios, quando se chama a atenção para o problema em foco, através de debates e da mídia. A terceira é a delimitação da controvérsia, quando inicia-se de fato a discussão pública, com a generalização do debate. Na quarta e última fase,

[...]pessoas ou grupos organizados de pessoas chegam a um *consensus*, que não é a opinião da maioria ou da minoria, mas uma opinião mesclada de todas as opiniões individuais ou grupais presentes na discussão pública[...] (Andrade, 1989:56, grifo do autor).

A controvérsia precisa ser exposta de modo claro e imparcial, para que se criem condições adequadas para a discussão pública racional. Nesse processo, a função das relações públicas é fornecer conhecimento exato dos fatos aos componentes do público, no sentido de estimular o aparecimento das considerações racionais, destaca Andrade (1989).

Porém, muitas vezes, diz o autor, grupos organizados colocam a controvérsia de forma a mascarar os verdadeiros interesses, como se o debate público tivesse apenas que homologar alguma coisa já preestabelecida. Há, portanto, a possibilidade do surgimento de controvérsias de aparente interesse público por grupos organizados detentores de instrumentos para tal. Com isso, esses grupos pretendem tumultuar o debate público, evitando que as soluções emergentes contrariem seus propósitos.

Como resultante do público, a opinião pública, conforme Andrade (1989), implica a discussão racional das controvérsias de grande interesse público ou privado, ou seja, a questão levantada tanto pode ser do interesse do Estado como de uma empresa privada que reflita em outras organizações ou até sobre o próprio governo. O essencial é que se estabeleçam condições para a discussão racional das questões em debate, pois a opinião pública traduz um julgamento, que traz dentro de si uma intenção de racionalizar e de auto-afirmar-se.

Observa-se, assim, que o início da sistematização teórica das relações públicas incorpora como elemento central de suas bases conceituais a prática da influência da opinião pública, com fins de aceitação social, fortemente presente nas atividades precursoras da área, configurando um paradigma persuasivo. O conceito de opinião pública, nesse contexto, tem contornos de uma opinião não-pública, tema tratado no próximo item.

Pelo exposto, a persuasão, nas práticas das relações públicas, adquire cientificidade pela introdução da investigação metódica e do apoio em técnicas e fundamentos da psicologia de então, direcionados para um pretendido entendimento mútuo. As atividades persuasivas sustentam-se, ainda, em uma dinâmica processual das relações públicas, dividida em etapas e procedimentos. Nesse sentido, o conhecimento da situação e dos valores e

atitudes dos públicos, propostos nos processos abordados, é o suporte para fazer parecer que há uma coincidência entre os interesses da organização e dos públicos. A declarada correção dos objetivos organizacionais, ditos socialmente responsáveis, em atendimento às opiniões dos públicos, é revertida para a eficácia da persuasão.

O conceito de persuasão não se coaduna com o de responsabilidade social, reduzido a um processo de caráter persuasivo. Nesse processo, há, assim, um desequilíbrio no relacionamento com os públicos, já que o *feedback* da comunicação alimenta a manipulação e não a reciprocidade. O sentido da compreensão mútua perde-se no recurso da comunicação como instrumento de persuasão e reveste-se de pretensões econômicas.

O processo de comunicação, unilateral nos primeiros modelos das relações públicas, com contornos de transmissão de informação, passa a incluir o receptor e as influências que este recebe de outras fontes e aponta para a bilateralidade, embora com os propósitos vistos acima. Em tal processo, consideram-se variáveis relativas à significação, bem como elementos relacionados ao comportamento das pessoas como grupos organizados em torno de interesses específicos e a influência dos líderes. Porém, tais interesses estão envoltos pela crença que o receptor aceita e age sugestionado pelo que chega a ele através dos meios de comunicação, desde que as mensagens sejam orientadas nesse sentido.

Os pressupostos analisados acima correspondem à prática do modelo assimétrico bidirecional, de Grunig e Hunt (2003). A função das relações públicas nesse modelo assemelha-se ao já referido modelo de agente de imprensa, no que se refere à persuasão, diferenciando-se deste por recorrer aos métodos das ciências sociais para investigar as atitudes dos públicos, caracterizando uma persuasão científica. Nesse sentido, a área planeja o que comunica aos públicos para obter o máximo de atitudes favoráveis à organização – que aceitem seus pontos de vista e a apoiem.

O *feedback* dos públicos é utilizado para controlar a conduta dos públicos, colocando o emissor (a organização) em vantagem sobre o receptor (os públicos) no intercâmbio de informação, gerando, assim, efeitos de comunicação desequilibrados. Apesar do termo bidirecional nomear o modelo, a natureza da comunicação, na verdade, é unidirecional. Tal modelo remota aos anos de 1920, quando começam as pesquisas de opinião pública. Na prática, tem sido uma ferramenta eficaz para grupos estabelecidos manterem sua posição na sociedade ou para grupos de pressão.

A intenção de persuadir presente nos aportes teóricos vistos acima indica a crença na manipulação do comportamento dos públicos de uma organização. Desse modo, tendo-se em vista o que já se abordou sobre a teoria hipodérmica da comunicação, também descrita

como [...] *uma teoria da propaganda e sobre a propaganda, segundo a qual se uma pessoa é “apanhada” pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, levada a agir*[...](Wolf, 2003:27), mais uma vez encontram-se nessa teoria elementos que sustentam as atividades de relações públicas em dado momento histórico¹⁴.

Contudo, os estudos experimentais-psicológicos que superaram a teoria hipodérmica defendem que a persuasão dos meios de comunicação de massa sobre a audiência é possível desde que as mensagens sejam estruturadas de uma forma adequada às características psicológicas dos destinatários (Wolf, 2003). O que se observou sobre a investigação da situação e dos públicos como parte do processo de relações públicas remete à identificação de elementos que possam ser utilizados para tal adequação, o que aponta para o início da superação do entendimento dos meios de comunicação de massa como poderosos instrumentos persuasivos em uma relação estímulo-resposta.

Também no terreno da superação daquela teoria, a abordagem empírica-sociológica indica não somente a influência exercida pela mídia, mas aquela que perpassa as relações comunitárias, associando os processos de comunicação de massa às características do contexto social em que se realizam (Wolf, 2003). É o caso da comentada influência dos líderes na formação das opiniões dos públicos e do entendimento da segmentação da sociedade em múltiplos grupos, que direciona para a abordagem sistêmica que permeia toda a teoria das relações públicas.

A função dos líderes de opinião é mediar os meios de comunicação e os outros indivíduos. O fluxo de comunicação em dois níveis (teoria *two steps flow of communication*) é determinado por essa mediação. O indivíduo participa de muitos grupos, interagindo com diferentes pessoas, em um processo de influências recíprocas (Littlejohn, 1988). Há, assim, nessa teoria, uma inversão da lógica da relação estímulo-resposta da teoria hipodérmica para a contextualização do efeito sobre o receptor em um ambiente social repleto de interações e processos de influência pessoal, em que a personalidade do destinatário se configura também a partir dos seus grupos de referência (familiares, amigos, profissionais etc.) (Wolf, 2003).

Ainda no âmbito da pesquisa mais atenta aos contextos e às interações dos receptores, na qual observa-se a eficácia da comunicação como resultado global de múltiplos fatores, a hipótese dos usos e satisfações defende que o efeito da comunicação de massa é consequência das satisfações às necessidades experimentadas pelo receptor: os meios são eficazes desde que o receptor lhes atribua tal eficácia, baseando-se precisamente na satisfação

¹⁴ Historicamente, a teoria hipodérmica coincide com o período entre as duas Guerras Mundiais.

das suas necessidades. Nesse sentido, à medida que os modelos de relações públicas se sustentam em pesquisas, há um entendimento que as opiniões e atitudes dos públicos podem não corresponder às intenções da organização como emissora de mensagens e que os públicos utilizam tais mensagens de acordo com o valor destas para o atendimento de suas necessidades (Littlejohn, 1988, Wolf, 2003).

As teorias da comunicação comentadas acima ancoram-se no modelo de comunicação semiótico-informacional, o qual difere do modelo informacional, suporte da teoria hipodérmica, por entender a significação - como o público interpreta as mensagens recebidas dos meios de comunicação - como inerente ao processo comunicativo. A concepção de comunicação como transferência de informação dá lugar à concepção de transformação de um sistema por outro, o que vincula os fatores semânticos de reconhecimento e de atribuição de sentido à linearidade da transmissão. Entretanto, a simetria entre emissor e receptor não é tida suficientemente em consideração, a não ser na forma de *feedback* (Wolf, 2003).

Na representação desse modelo, diz o autor, entre a mensagem entendida como forma significativa que veicula um determinado significado e a mensagem recebida como significado há um espaço extremamente complexo, no qual entram em jogo um conjunto de variáveis mediadoras socioculturais e uma diversidade de regras de interpretação, que podem levar o destinatário a interpretar as mensagens de forma diferente das intenções do emissor e do modo como ele previa que a decodificação seria executada. A comunicação tem, assim, um caráter de processo negocial, para cuja determinação concorrem, simultaneamente, diversas ordens de fatores, os quais conduzem aos efeitos macrossociais.

Apesar do observado na relação entre os modelos de relações públicas e as mudanças no entendimento dos efeitos persuasivos da comunicação, a ruptura da persuasão como principal fundamento da área e a introdução do preceito do equilíbrio de interesses na relação organização-públicos como condição de sobrevivência da organização surgem em um segundo conceito de Cutlip e Center, dessa vez com a co-autoria de Broom, nos anos de 1980: *As relações públicas são uma função diretiva que estabelece e mantém relacionamentos mutuamente benéficos entre uma organização e seus diferentes públicos dos quais dependem seus êxitos e fracassos*¹⁵ (Cutlip, Center e Broom, 2006:3).

Tal definição é citada por vários autores como o marco inicial do paradigma relacional das relações públicas, que representa a base sobre a qual tem se desenvolvido a teoria contemporânea. A definição acima amplia o conceito das relações públicas do nível

¹⁵ Tradução livre da autora.

operacional para o de direção, em consonância com o papel estratégico que exercem na organização, delineado embrionariamente nos fundamentos de Bernays, embora com finalidades persuasivas.

A reformulação do primeiro conceito daqueles autores incorpora aportes da abordagem sistêmica, esboçados anteriormente nos princípios da ecologia das relações públicas, destacando a interdependência entre a organização e seus públicos, com repercussão na consecução dos objetivos organizacionais.

Ao substituir a ação para influenciar a opinião pública pelo conceito de estabelecimento de relacionamentos mutuamente benéficos, a definição dota a área de um caráter de duas vias, aproximando-a do objetivo do entendimento mútuo, através de um processo relacional no qual organização e públicos são interlocutores. É esse objetivo que fundamenta os modelos de relações públicas e as metodologias de identificação e classificação dos públicos na contemporaneidade, os quais serão abordados adiante.

As palavras de Cutlip, Center e Broom sintetizam a passagem do paradigma persuasivo para o relacional:

[...]o conceito unilateral de relações públicas se serve da propaganda e da comunicação persuasiva que são fórmulas tipicamente próprias da *publicity*. O conceito bilateral dá ênfase ao intercâmbio de comunicação, reciprocidade e entendimento mútuo[...]. [...]em um sentido mais amplo inclui a adequação da organização ao entorno¹⁶[...](Cutlip, Center e Broom, 2006:36).

Os novos conceitos apontam para um afastamento da visão assimétrica que marcava a interação organização-públicos nos conceitos iniciais e sinalizam para o que mais tarde viria a ser um modelo simétrico bidirecional de relações públicas, a ser desenvolvido em item posterior.

Antes do item que trata das tendências mais recentes das relações públicas, dada a centralidade da opinião pública nas bases conceituais da área em seus primórdios, abordam-se, a seguir, as teorias da opinião pública do ponto de vista de Jürgen Habermas e Niklas Luhmann.

1.2.1 As relações públicas, a opinião pública e a opinião não-pública: breves considerações à luz de Jürgen Habermas e Niklas Luhmann

Apresentam-se, a seguir, em linhas gerais, as teorias da opinião pública de Jürgen Habermas e de Niklas Luhmann, para, em seguida, articularem-se os conceitos destes aos das

¹⁶ Tradução livre da autora.

relações públicas, na perspectiva do quadro teórico elaborado até aqui. Justifica-se a escolha desses dois autores pela oposição de suas orientações teóricas sobre a opinião pública.

Destaca-se, entretanto, que a associação que Habermas faz entre os conceitos de opinião pública, público e publicidade e a atuação das relações públicas conduz a uma abordagem mais ampliada do pensamento do autor e da articulação com os conceitos daquela área, em comparação ao que se expõe e argumenta-se sobre a orientação teórica de Luhmann.

O conceito de opinião pública está relacionado com o de público e o de esfera pública. O termo público remete a múltiplos significados: evento acessível a qualquer pessoa, em contraposição às sociedades fechadas; promoção do bem público (o bem comum de todos os cidadãos), quando se fala no Estado como poder público; e, ainda, recepção pública, ligada ao reconhecimento público. Contudo, aqui observa-se o emprego mais frequente do termo: no sentido de opinião pública, de uma esfera pública revoltada, indignada ou informada, significados também correlatos a publicidade e publicar (Habermas, 2003).

Para Habermas (2003), o público é quem debate criticamente os assuntos em questão para, após esse processo, dar lugar a um julgamento, síntese ou consenso, exercendo, na esfera pública, uma função crítica que se refere à publicidade. O público é, assim, o sujeito portador da opinião pública, cuja capacidade de racionalização é o princípio estruturante da esfera pública.

Em suas primeiras publicações, Habermas refere-se a uma esfera pública burguesa, formada por pessoas privadas - homens proprietários, com formação educacional - que reúnem-se em cafés e salões para discutir questões ligadas à propriedade privada e sua manutenção, através do diálogo e do confronto de diferentes argumentos e pontos de vista, que assim adquirem caráter público. A esfera pública burguesa

[...]pode ser compreendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social[...] (Habermas, 2003:42).

Os burgueses controlavam a economia desde o século XVI, porém eram “excluídos” do poder exercido pelo Estado e Igreja. Foi o contraste entre a importância social que exerciam e a privação da função e influência política que levaram os proprietários a identificar na esfera pública um âmbito livre do domínio das instâncias estabelecidas.

Trata-se, assim, a esfera pública, de um [...] *fórum para onde se dirigiam as pessoas privadas a fim de obrigar o poder público a se legitimar perante a opinião*

pública[...](Habermas, 2003:40). Fundamenta-se na separação entre a esfera pública e a privada, mediando-as, mas sem confundir-se nem com o poder do Estado, nem com a economia do mercado. A esfera pública burguesa tem a função fundamental de, através da opinião pública, intermediar as relações entre o Estado e as necessidades da sociedade.

Desse modo, à medida que o setor público se imbrica com o privado desaparece a esfera pública burguesa. A expansão das relações econômicas de mercado torna necessária a autoridade administrativa - o Estado passa a interferir na ordem social provendo, distribuindo e administrando. O intervencionismo estatal no fim do século XIX institui uma esfera pública ativamente política ligada aos interesses privados. Chega ao fim a autonomia da esfera privada e da relativa homogeneidade das pessoas privadas intelectualizadas que caracterizava a esfera pública burguesa.

Aquela intermediação, antes feita pelo público de pessoas privadas (proprietários) que pensavam politicamente, agora é realizada pelos não-proprietários - associações, constituídas a partir da esfera privada, e partidos, formados a partir da esfera pública, que, internamente, passam a exercer um jogo de poder com o aparelho do Estado e buscam um assentimento ou tolerância dos públicos através dos meios de comunicação.

Muda a função da esfera pública, que assume funções de propaganda, com uma influência política e econômica, tornando-se apolítica e privatizada. A publicidade passa a servir [...] *à manipulação do público na mesma medida que à legitimação ante ele*[...](Habermas, 2003:210, grifos do autor).

Nesse sentido, a imprensa - até então de opinião, artesanal e polêmica, desenvolvida a partir da politização do público, sendo mesmo parte deste - comercializa-se como uma necessidade diante da ampliação, elevação do risco econômico e subordinação da política empresarial à economia de mercado. Desse modo, é substituída pela imprensa comercial, comprometida com os interesses mercadológicos. O público que pensa cultura passa a consumir “cultura” – de leitor a consumidor. Com a mercantilização da imprensa já não há separação entre a circulação de mercadorias e a circulação do que é (de interesse) público.

Além dos interesses econômicos, a imprensa cai no campo de interesses estranhos à empresa jornalística. Com a expansão dos meios de comunicação, a esfera pública é ampliada, entretanto, esses meios são dela desalojados e inseridos no intercâmbio de mercadorias. A maior eficácia jornalística-publicitária aumenta a pressão dos interesses privados, passando o público a ser cunhado primeiramente pelos meios de comunicação, em

uma situação oposto à intermediação da opinião das pessoas privadas reunidas em um público.

A evolução do jornalismo muda o significado do termo publicidade que, por sua vez, contribui para a reconfiguração da esfera pública. Esta é invadida pela publicidade comercial, graças ao alcance e eficácia dos meios de comunicação de massa e da penetração, naquela esfera, dos interesses privados organizados. [...] *A publicidade é desenvolvida como que do alto a fim de criar uma aura de good will para certas posições* [...] (Habermas, 2003:210), articulando, assim, pré-disposições à concordância.

Entretanto, a propaganda comercial assume, em tal esfera pública, um caráter que vai além do comercial - o político -, considerando a base comercial com a qual trabalhavam os jornais e revistas. Tal caráter só é reconhecido com a prática das relações públicas, através de Ivy Lee, aponta Habermas (2003).

Como se viu na primeira parte deste capítulo, as relações públicas surgem nos Estados Unidos, no início do século XX, e desenvolvem-se entre as duas guerras mundiais, tendo-se tornado, aponta Habermas (2003), um fenômeno-chave para o diagnóstico da esfera pública.

Para ele, às relações públicas cabe trabalhar a opinião pública, diferenciando-se da propaganda por assumir a esfera pública como política – os destinatários da propaganda são os consumidores e os das relações públicas a opinião pública, pessoas privadas enquanto públicos. Em um processo de manipulação dessas pessoas, o emissor esconde suas intenções comerciais sob um falso interesse no bem-comum, integrando a concorrência de interesses privados organizados às funções da esfera pública. Esta é “fabricada” de acordo com as circunstâncias.

Em um trabalho de promoção que vai além dos anúncios comerciais, as relações públicas recorrem às técnicas da psicologia para reorientar a opinião pública, diz o autor. Tanto inserem material adequado nos meios de comunicação como produzem notícias, buscando pretextos que os mobilizem. Misturam anúncio com notícia, emprestando ao objeto da propaganda a autoridade de um objeto de interesse público, sobre o qual pretendem obter uma opinião das pessoas privadas cultas, engendrando um consenso (*engineering of consent*¹⁷). Ao fazer publicidade de um produto, por vias indiretas, de um fingido interesse geral, asseguram não somente uma clientela, mas mobilizam para as organizações ou até para

¹⁷ No livro “Mudança estrutural da esfera pública”, de Habermas (2003), o termo *consent* da expressão cunhada por Bernays “*engineering of consent*” é traduzido como consenso, diferentemente da tradução para consentimento referida no item 1.2.

todo um sistema um crédito quase-político, uma espécie de respeito que só se teria para com autoridades públicas.

Somente nesse clima de consenso, diz Habermas (2003), é possível promover e obter aceitação de ideias, pessoas, produtos, organizações. O consenso fabricado nessas circunstâncias tem algo de opinião pública encenada, já que o interesse geral desaparece à medida que interesses privados privilegiados adotam a concordância racional de opiniões para se auto-representaram através da publicidade. Desse modo, as relações públicas não se referem à opinião pública, mas à opinião no sentido de reputação. A esfera pública se torna uma corte, onde o prestígio é encenado perante o público ao invés de nele desenvolver-se a crítica.

Ao se configurar mediante as relações públicas, a esfera pública burguesa reassume traços feudais – a publicidade imita a aura de prestígio pessoal e de autoridade que é conferida pela esfera pública representativa. O conceito de representatividade pública vincula a autoridade ao senhor feudal, ao rei, ao sacerdote. Está relacionado, portanto, ao cargo, aos atributos da soberania, à hereditariedade, ao *status* da pessoa e não a um setor social.

A opinião pública deixa de ser uma instância crítica em relação à “publicidade” no exercício do poder político e social e torna-se uma instância receptora da publicidade demonstrativa e manipulativa utilizada para pessoas, instituições e bens de consumo. Ambas as publicidades concorrem na esfera pública, com expectativas diferentes quanto ao comportamento do público: a primeira é voltada para a opinião pública e a segunda para a opinião não-pública.

A publicidade, antes contrária à política do segredo, que submetia pessoas ou questões ao julgamento público da opinião pública, impõe-se, agora, com a ajuda de uma secreta política de interesses, conseguindo, através das relações públicas, prestígio público para uma pessoa ou questão, tornando-a aclamável.

A partir da obra “Direito e democracia: entre facticidade e validade”, nos anos de 1990, Habermas (1997) amplia a noção de esfera pública, em especial, quanto à espacialidade, composição social e multiplicidade. A esfera pública deixa de ser vista como um elemento unitário e indivisível da sociedade ou como uma caixa de ressonância passiva da cultura dominante. Ao invés disso, uma diversidade de fóruns de discussão convive com uma esfera pública geral, ainda dominada pelos interesses dos meios de comunicação de massa e do capital.

Habermas passa a descrever a esfera pública como

[...]uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas[...] (Habermas, 1997:92).

A esfera pública, contudo, não pode ser confundida com alguma instituição ou organização, por não ter uma estrutura normativa que diferencia competências e papéis. Não constitui, assim, um espaço, mas pode, eventualmente, coincidir com alguma estrutura concreta. A abstração que acompanha a passagem da estrutura espacial das interações simples para a generalização da esfera pública torna-se clara à medida que as esferas públicas se desligam da presença física do público, integrando, através da mídia, a presença virtual de leitores situados em lugares distantes, de ouvintes ou espectadores.

Trata-se de uma esfera cuja função é identificar e tematizar os problemas do mundo da vida e, fundamentalmente, exercer pressão sobre o sistema político a ponto de influenciar a formulação de políticas. Esta influência decorre da força exercida através da construção da opinião pública, formada a partir do consentimento conquistado pela comunicação dentro da esfera, processo pelo qual as opiniões individuais são estabelecidas por meio de argumentos, informações e amplo debate, no qual há a possibilidade do surgimento de um consenso, uma opinião pública.

Tal influência sobre o sistema político também pode ser exercida por interlocutores que se colocam de forma privilegiada na esfera pública, com discursos mais eficazes e maior facilidade na elaboração de um julgamento ou opinião. São grupos de interesse organizados que ocupam uma esfera pública já constituída a fim de dela aproveitarem-se para exercer influência naquele sistema. Para isso, realizam campanhas a favor de seus interesses, utilizando uma linguagem capaz de mobilizar convicções.

Essa esfera pública é composta por movimentos, organizações e associações da sociedade civil, que captam as demandas das esferas privadas, problematizando-as e trazendo-as para a discussão pública. A influência pública de tal esfera está nos fluxos de comunicação produzidos pelas instituições que a constituem, as quais ancoram sua estrutura de comunicação. Não há, assim, uma separação entre temas privados e temas públicos. A passagem de um para o outro depende da capacidade dos atores de articulá-los em um debate relevante para o interesse geral. Os temas da esfera privada, captados e problematizados por serem perceptíveis na vida cotidiana de cada um, podem ser incorporados nos debates públicos e tornarem-se demandas públicas a serem atendidas.

Nos conceitos de esfera pública de Habermas, seja na territorialidade dos cafés ou na virtualidade das redes de comunicação, público é aquele que debate criticamente e julga temas de interesses universais e publicidade é essa dinâmica do confronto público de opiniões, em direção a um consenso. Ambos são parte de um processo transparente de formação da opinião pública, onde o público é o protagonista e a publicidade é a forma de garantir caráter público a um tema de interesse geral.

A publicidade, assim, no campo das relações públicas, adquire o sentido de publicização (ganhar visibilidade) de uma opinião “pronta”, “fabricada” em um processo de ocultação da verdade, manipulador e de convencimento para a concordância, no lugar do debate. O convencimento prescinde de qualquer estímulo à racionalização, não gera controvérsia e, assim, constroi o “consenso” que interessa, com base no prestígio. Sob o consenso, as relações públicas atribuem representatividade pública aos interesses privados, em busca de aceitação e legitimação frente a pessoas privadas (públicos, na linguagem da área), razão da existência da atividade.

O público - ou destinatário das ações de cunho publicitário das relações públicas - é o portador de uma opinião não-pública, já que a formação desta não envolve publicidade crítica, ou seja, ocorre fora do público e para ele. Portanto, o público adquire o conceito de massa, no qual o protagonismo é exercido por quem promove as relações públicas e não pelo público. Os indivíduos perdem sua liberdade de opinião e capacidade argumentativa - sua condição de público -, e tornam-se receptores passivos.

Dessa maneira, o que as relações públicas denominam de público é um aglomerado de indivíduos privados, cuja opinião favorável convém aos interesses de uma organização ou pessoa – chamada, erroneamente, de opinião pública. Torna-se incoerente, então, pelos fundamentos de Habermas (2003), a concepção de públicos em relações públicas dentro de critérios de debate de controvérsias e consenso, como aponta Andrade (1989).

Pelo raciocínio baseado em Habermas, incoerente, também, é pretender construir uma opinião pública fora do processo crítico. A dinâmica das relações públicas tem contornos de sedução e é desenhada para conquistar a adesão de simpatias para interesses privados, com tom de públicos – daí a área recorrer ao uso do termo opinião pública. Nesse contexto, as relações públicas geram fluxos comunicacionais que revelam somente o que interessa, e, para tanto, aliam-se aos meios de comunicação de massa, no sentido de gerar a influência necessária para tal.

Enquanto Habermas aponta esses meios como os principais canais de influência na formação da opinião pública, Bernays (2008) inclui nesse processo outras forças externas

como a família, a escola e a igreja, ao lado daqueles. Por outro lado, Andrade (1989), como Habermas, evidencia a racionalidade como ponto-chave daquele processo, ao mesmo tempo que nele incorpora determinantes não-rationais como a propaganda, o que, pela visão do primeiro, tornaria aquela uma opinião não-pública.

Para Andrade (1989), a formação da opinião pública está ligada a situações de emergência, quando não é possível resolver certas questões nos moldes tradicionais. Nesse processo, pode ocorrer o mascaramento dos verdadeiros interesses em questão, por grupos organizados que desviam o debate público para propósitos privados, o que, para o autor não é papel das relações públicas. Para Habermas, as relações públicas representam exatamente esses grupos e exercem tal papel.

Outra divergência entre os dois autores é revelada pela afirmação de Andrade no que se refere à possibilidade da questão levantada naquele processo ser de interesse de uma empresa privada, desde que tenha reflexos sociais, e não, unicamente, de interesse público.

O que se observa em tais divergências é que o olhar de Andrade favorece as relações públicas, ao atribuir-lhes um caráter social, ainda que em torno de fins comerciais, constituindo-se este ponto a base da teoria crítica da área, a ser abordada mais à frente. A abordagem crítica aproxima-se do pensamento de Habermas sobre a associação das relações públicas à defesa dos interesses econômicos privados.

Cabe realçar que o período ao qual Habermas se refere no que tange as relações públicas coincide com uma época em que acreditava-se no poder imediato da comunicação de massa e na passividade da audiência, na qual sustentava-se a prática da área. Era, ainda, um momento de crescimento econômico desenfreado nos Estados Unidos da América, contexto da criação da atividade.

A atuação das relações públicas muda de prisma, em consonância com a evolução conceitual da área, no âmbito do segundo conceito de esfera pública de Habermas. Este representa a abertura para outros segmentos da sociedade civil na composição da opinião pública, que se torna tematizada e plural, e traz em si a ampliação do espectro de possibilidades de participação e de deliberação públicas, para além da classe burguesa da concepção inicial.

A tematização de questões de interesse do bem estar social por esferas específicas provoca a demarcação de novos espaços participativos e, por conseguinte, modifica o jogo de disputa entre interesses e opiniões e alarga a possibilidade de ocorrência do conflito. Com a mudança conceitual da esfera pública, estavam oportunizados outros conceitos e práticas das relações públicas. Nesse contexto, o conceito das relações públicas se desloca do campo da

manipulação para o do entendimento mútuo entre uma organização e seus públicos, facilitado pelos recursos de interlocução da era digital.

O conceito contemporâneo de público, nas relações públicas, tem como base a mutualidade de interesses, sejam eles no plano empresarial, governamental ou comunitário. Os componentes dos públicos são, antes de tudo, pessoas privadas da sociedade civil que exercem múltiplos papéis sociais, portadoras de interesses. Estes interesses, além de ligarem aquelas pessoas a organizações, de acordo com a natureza destas, também podem conduzi-las a esferas públicas, na qual aqueles interesses sejam tematizados e problematizados. A participação das pessoas privadas nas esferas públicas reflete-se no seu comportamento, nos vários contextos de atuação, inclusive em sua interação com organizações de qualquer âmbito. Ao mesmo tempo, tal participação é reflexo da configuração social em arenas representativas de interesses. A esfera pública já não é única nem homogênea.

Da mesma forma, os diversos tipos de organização, na sociedade complexa em que se vive, detêm interesses diversos, que os vinculam a muitos públicos, em uma relação de interdependência. Nesse sentido, as próprias esferas públicas, quando coincidem com instituições organizadas, podem constituir-se públicos de uma organização, à medida que com ela dividem questões comuns e representam uma voz coletiva com influência sobre as políticas e decisões organizacionais. Em tal raciocínio cabe a possibilidade, acima comentada, do tema em debate, ainda que de interesse privado, imbricar-se com questões públicas. Um exemplo seria o tema da preservação do meio ambiente.

A interação entre atores com interesses diferentes, tanto no terreno das esferas públicas como na relação organização-públicos, requer, no cenário contemporâneo, a predisposição para a construção de espaços de diálogo, em busca de um entendimento que garanta legitimidade.

Essa base conceitual coaduna-se com a dimensão das relações públicas fundamentada no tripé conscientização-mobilização-ação, voltada para a constituição de processos de comunicação orientados pela problematização e crítica, a partir das demandas de movimentos e organizações sociais, em função do relacionamento público necessário. As esferas públicas, na perspectiva plural, tornam-se, assim, campo de atuação das relações públicas comunitárias.

A amplitude e a complexidade do processo comunicacional que envolve a dinâmica da formação da opinião pública possibilitam a implementação de estratégias de comunicação para alcançar a visibilidade e diálogo requeridos, em uma perspectiva transformadora e de evitar conflitos, que vão além da exposição midiática. Permitem,

também, construir redes de relacionamentos, o que não significa um aproveitamento da esfera pública nem privilégios de interlocução. Trata-se de um processo de formação e circulação de opiniões concorrentes e que remete ao entendimento que as fontes de contribuições para a construção da opinião pública, e mesmo esta, são múltiplas. Atenta-se, ainda, que o destinatário da comunicação também é um interlocutor e não um mero receptor.

Ao contrário de Habermas, Luhmann não conceitua a opinião pública a partir da racionalidade do indivíduo e do consenso no âmbito da esfera pública e sim em relação ao sistema social da sociedade, dentro de um conceito próprio de sistema e de comunicação.

Exclusivamente constituído por comunicações, o sistema social da sociedade assenta-se na reprodução contínua da comunicação pela comunicação. O que não pertence ao sistema encontra-se na condição de seu ambiente. Cabe dizer que além do sistema social, Luhmann identifica os sistemas não-vivos (incapazes de auto-reproduzirem-se, como uma máquina), os vivos (auto-reproduzem-se, como as células e o corpo humano) e os psíquicos, que equivalem à consciência das pessoas e são compostos de pensamentos. Dessa forma, os sistemas psíquicos, constituídos pelas pessoas, e os outros sistemas sociais são ambiente de um sistema social qualquer e todos os sistemas sociais formam a sociedade ou o sistema social global (Luhmann, 1992, 1997).

Assim, na teoria dos sistemas de Luhmann, a comunicação é central. Para ele, comunicação não é transferência de informações de um lado para o outro e só pode ser entendida como uma disseminação da informação dentro de um sistema – trata-se da produção da informação, esta dotada de um caráter de novidade e associada ao conteúdo seletivo da comunicação. A comunicação é um processo de seleções, pelas quais o sistema reduz a complexidade na relação com o ambiente, e desenvolve-se em três níveis: produção de um material informativo (informação), difusão (mensagem) e aceitação desse conteúdo (compreensão) (Luhmann, 1992, 1997).

A comunicação encerra-se com a compreensão, que consiste em distinguir o ato de comunicar (a mensagem) do seu conteúdo (informação). Se a comunicação anterior for fundamento de uma comunicação posterior é porque foi aceita; caso contrário, foi recusada. Mas a recusa da comunicação anterior não faz com que ela deixe de ser comunicação, pois esta se completa com a compreensão, não com a eventual aceitação ou recusa.

Em síntese: [...] *Toda a dinâmica do processo de comunicação é virada para o seu próprio interior: as várias operações de seleção referidas, em resultado das quais se produz a informação, são o horizonte último da comunicação* (Esteves, 1992:26).

Sem comunicação os sistemas sociais não se formam. Entretanto, a tese de Luhmann (1992) é que, apesar da experiência e prática diária da comunicação, sem a qual não se vive, ela é improvável. A partir da visão da comunicação como problema, observa uma série de obstáculos e dificuldades - improbabilidades - que precisam ser superados para que a comunicação se realize.

São três as formas de improbabilidade da comunicação, que reforçam-se mutuamente. Primeiro, é improvável que haja compreensão do que o outro quer dizer, tendo em conta o isolamento e a individualização da sua consciência. Segundo, que a mensagem chegue ao receptor que não esteja presente numa dada situação; mesmo com transmissores móveis e permanentes, é improvável que a comunicação possa encontrar a atenção devida, já que os indivíduos têm diferentes interesses em situações distintas. A terceira forma de improbabilidade é que se obtenha o resultado desejado, pois ainda que uma comunicação seja entendida não significa que tenha sido aceita - em outras palavras, o resultado que se deseja é que [...]o receptor adote o conteúdo seletivo da comunicação (a informação) como premissa de seu próprio comportamento, incorporando à seleção novas seleções [...](Luhmann, 1992:43).

Todo sistema representa a transformação da improbabilidade da comunicação em probabilidade, o que tornam convergentes o problema da improbabilidade da comunicação em si e o conceito de sociedade como sistema diferenciado. Tal transformação ocorre no sistema, através de três tipos de meios: a linguagem, que facilita a compreensão, os meios de difusão, que transcendem a comunicação cara a cara e a obrigatoriedade da presença dos sujeitos e os meios de comunicação generalizados simbolicamente - o dinheiro, o poder, a influência e os compromissos morais, referidos por Talcott Parsons, aos quais Luhmann acrescenta a ciência e o amor.

Os exemplos abaixo, citados no *Glosario sobre la Teoria Social de Niklas Luhmann*, explicam como os meios de comunicação generalizados simbolicamente garantem a realização da comunicação, ou seja, como tornam provável a aceitação das ações de Alter por Ego:

Ego aceita a afirmação de Alter de que a Terra gira ao redor do sol porque é uma verdade científica, aceita um pedido extravagante por parte de Alter porque o ama, aceita a ordem de Alter de pagar uma multa porque Alter detém poder (Corsi, Esposito e Baraldí,1996:106).

Como se viu, os sistemas sociais sustentam-se na reprodução contínua da comunicação pela comunicação, o que significa que são autopoieticos, isto é, organizam-se

somente por elementos produzidos internamente, a partir de “irritações” (algo como provocações, estímulos) do ambiente.

Dessa forma, os sistemas sociais também são auto-referentes. Selecionam elementos do ambiente para diminuir sua complexidade, de acordo com sua capacidade de lidar com eles, isto é, selecionam aquelas “irritações”, à medida que fazem sentido para a sua função sistêmica. O conceito de autopoiesis explica a auto-referencialidade dos sistemas. É através da auto-referência que o sistema diferencia-se do ambiente, define seus limites, cria uma identidade, uma estrutura particular (Luhmann,1997).

Contudo, as fronteiras entre o sistema e o ambiente não são rígidas, porque todos os sistemas encontram-se imersos em seu ambiente e conectados entre si por sistemas de comunicação. Assim, o fechamento sistêmico, outra característica do sistema, é somente operacional, ou seja, não há importação de elementos do ambiente - logo não existem *inputs* nem *outputs* - e sim seleção de elementos importantes para a função que desempenha.

Isso implica dizer que o que ocorre no ambiente tem efeito no sistema – as mudanças sociais alteram os sistemas organizacionais (as organizações), por exemplo, em resposta àquelas. Nesse caso, as organizações, ao alterarem seus padrões de auto-regulação para readequar-se às exigências dos sistemas sociedade e mercado, revelam o entendimento e a assimilação de conteúdos deles provenientes. Trata-se de uma necessidade de sobrevivência.

Um exemplo na esfera de investigação desta tese é o caso de um sistema que tem a função de ensinar - uma universidade pública - que seleciona as mudanças na legislação educacional, já que estas interessam à função do magistério, mas não seleciona alterações nas leis eleitorais, que não dizem respeito àquela função. Entretanto, dado o que se disse acima, é expectável que reorganize-se diante de novas legislações, políticas governamentais, necessidades do mercado, novas profissões e perfis profissiográficos, empreendimentos na região onde se localiza.

No âmbito da teoria dos sistemas, Luhmann associa o conceito de opinião pública ao sistema social da sociedade e não [...] *ao que acontece na(s) consciência(s) das pessoas individuais, ou de muitas pessoas, ou de todas as pessoas, num momento particular do tempo*[...](Luhmann,1992:69). Não remete, portanto, para o que as pessoas pensam. A opinião pública pode ser entendida como um meio no qual são produzidas formas (opiniões), logo dissolvidas pela comunicação contínua que ocorre no sistema social da sociedade.

O complexo meio/forma da opinião pública usa formas específicas para produzir formas. Nesse sentido, a comunicação pública representa a possibilidade de sempre dar novas formas à opinião pública, ao apresentar novos temas e mostrar o que é novo. Os meios de

comunicação vivem da descontinuidade, dos acontecimentos do dia e das informações que sublinham a inovação nas opiniões, em contraposição à contínua repetição que caracteriza a vida da maior parte das pessoas. Tais inovações representam para estas uma oportunidade de escapar da rotina.

A opinião pública pressupõe uma memória que leva as pessoas a recordarem e esquecerem as formas apresentadas pelos meios de comunicação, regenerando-se, dessa maneira (temas novos são associados aos guardados pela memória). [...] *A opinião pública tem o mesmo papel que a tradição nas sociedades antigas: oferecer algo a que se possa aderir*[...] (Luhmann,1992:85).

Desse modo, os assuntos da comunicação pública não podem ser congelados – seguem um percurso que implica descoberta, introdução, pontos altos, familiaridade e redundância; alguns são reatualizados e outros não conseguem manter-se na agenda diária. Assim, de tempos em tempos, são inventados novos nomes e ângulos de ataque para torná-los temas de discussão.

Mais do que outros sistemas, o político depende e orienta-se pela opinião pública, como se fosse um sensor que limita e seleciona as possibilidades de movimento daquele sistema. Funciona como uma espécie de espelho da sociedade: o sistema político usa a opinião pública para observar-se, ou seja, a expressão que compõe e mostra, observar os outros (concorrentes, intrigas, versões do mesmo tema) ou como os outros são representados pela opinião pública -, e desenvolver estruturas de expectativas correspondentes. O espelho da opinião pública torna possível uma “observação dos observadores”.

A opinião pública é, portanto, um processo de comunicação do sistema político (Esteves, 1992), que configura os contornos do exercício do poder político.

Daí deduz-se que o sistema político, ao desempenhar sua função de manter a ordem na sociedade, seleciona somente o que importa para garantir o poder de obediência às suas decisões, reduzindo a complexidade do ambiente (por outro lado, as seleções estão relacionadas à aceitação ou recusa de comunicações do ambiente pelo sistema político). Tais seleções e decisões estão associadas à observação do espelho da opinião pública e ao desenvolvimento de expectativas correspondentes. Para que suas decisões sejam aceitas pelo ambiente, ou seja, que realize a comunicação, o sistema político recorre aos já referidos meios próprios para tal, inclusive ao poder.

Após essa exposição, cabem algumas articulações entre os conceitos acima e os pressupostos das relações públicas e da opinião pública.

Viu-se nos primeiros itens deste capítulo que as relações públicas são uma área que, em seus modelos iniciais, apresenta-se com a função de obter a aceitação social, a qual implica, em última instância, na consecução dos objetivos de uma organização - a sobrevivência e a perenidade. Aquela área busca essa aceitação influenciando a opinião pública, em uma concepção própria da atividade. À luz dos fundamentos de Luhmann, pode-se dizer, então, que as relações públicas associam-se ao sistema organização (da área privada, governamental (político) ou comunitária), atuando em prol da “probabilidade da comunicação” que esse sistema produz, já que a aceitação da organização passa pela comunicação.

Nesse sentido, a organização seleciona do ambiente tudo o que pode levá-la a ser aceita por outros sistemas - sociais e psíquicos: informações sobre o comportamento e expectativas dos públicos, concorrência, novas tecnologias, legislação pertinente a sua área de atuação, por exemplo, e transforma-nas em comunicações (decisões e relacionamentos). Para que tais comunicações sejam compreendidas e aceitas, isto é, que sejam adotadas como premissas de comportamentos que a interessem, a organização recorre ao meio simbolicamente generalizado da influência e aos meios de comunicação de massa.

Os meios de comunicação de massa também são sistemas e como tal fazem suas seleções e produzem suas comunicações. Dessa maneira, as relações públicas atuam para “intervir” nessas seleções, de forma a favorecer o sistema para o qual trabalham. Fazem isso, por exemplo, com base na descontinuidade da imprensa e na quebra de rotina da audiência, “reinventando temas” para mantê-los na agenda diária, entrando, assim, no jogo da renovação das formas do meio opinião pública. Através do sistema meios de comunicação, as relações públicas buscam, por fim, influenciar as seleções dos sistemas psíquicos, ou seja, das pessoas (públicos) do ambiente do sistema.

Entretanto, as comunicações produzidas pelo sistema organização podem ser compreendidas, mas recusadas, e assim tornarem-se fator de conflito. Este também pode decorrer de não seleções da organização, de recusas a comunicações de outros sistemas do ambiente.

Por fim, observa-se, primeiro, que, ao associar a opinião pública ao sistema político, Luhmann dela dissocia o que está fora desse âmbito e, por consequência, do sistema político - os interesses privados. Ora, a dissociação entre os interesses privados e os públicos é uma das questões que leva Habermas a afirmar que as relações públicas trabalham com a opinião não-pública. Daí pode-se concluir que há, portanto, uma coincidência entre os dois teóricos, em que pese serem opostos: a opinião pública não é objeto das relações públicas.

Um segundo ponto, contrapondo-se, de uma certa maneira, à conclusão anterior, é que, se levar-se em conta que todo sistema social recorre aos meios de comunicação (e a outros meios) para tornar suas comunicações prováveis, a relação destas com o desempenho da função sistêmica, a iminência do conflito no processo de aceitação ou recusa da comunicação e a forma, descrita acima, das relações públicas atuarem (“intervenção” nas seleções), tal atividade pode associar-se a todos os sistemas sociais, inclusive ao político.

Por último, embora as articulações feitas sustentem-se basicamente nos conceitos dos primeiros modelos de relações públicas, pelo foco destes na opinião pública, as mesmas razões citadas conduzem à possibilidade de atuação da área, no âmbito da concepção de comunicação de Luhmann, que vai além da esfera dos meios de comunicação. Ou seja, dentro dos conceitos mais contemporâneos da área (que serão abordados no próximo item), centrados na construção de relacionamentos, com propósitos de diálogo, e não mais na persuasão. Isso porque todo modelo de relações públicas sustenta-se na comunicação e está permeado pela questão da aceitação e recusa e da adoção de comportamentos desejáveis.

Nesse sentido, o pensamento elaborado neste item aponta algumas possibilidades para as relações públicas, tanto nas concepções da esfera pública de Habermas, como na teoria dos sistemas sociais de Luhmann, considerando-se, ainda, as diferentes teorias da área.

Para finalizar-se a sistematização sobre a evolução teórico-conceitual das relações públicas, aborda-se, a seguir, a tendência da área na atualidade.

2 O ENFOQUE CONTEMPORÂNEO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS: GESTÃO DOS RELACIONAMENTOS COM PÚBLICOS ESTRATÉGICOS

Com o objetivo de fundamentar teoricamente os relacionamentos institucionais como objeto de estudo desta tese, neste capítulo faz-se uma abordagem sobre a perspectiva contemporânea das relações públicas. Esta centra-se na gestão dos relacionamentos entre uma organização e seus grupos de interesse, em substituição ao caráter persuasivo dos conceitos iniciais da área.

Primeiramente, foca-se a orientação teórica do norte-americano James Grunig (1992, 2001, 2003, 2005, 2009a, 2009b), que desenha o paradigma estratégico das relações públicas. Em seguida, faz-se a apresentação do pensamento brasileiro, através dos aportes teóricos de Margarida Kunsch (1997, 2003, 2007, 2009a, 2009b) e de Fábio França (2004, 2009a, 2009b), ambos na linha da dimensão estratégica da atividade. No mesmo item, mostra-se a abordagem crítica de Cicilia Peruzzo (1986, 2009a, 2009b), que traz contraposições aos pressupostos dos primeiros autores citados.

Finaliza-se com uma reflexão sobre o processo evolutivo conceitual da área, em uma perspectiva comparativa entre as abordagens estratégica e crítica das relações públicas.

2.1 O pensamento norte-americano

A perspectiva contemporaneamente defendida, centrada na simetria da comunicação e no equilíbrio dos interesses da organização e dos seus públicos estratégicos, tem origem no entendimento das relações públicas como processo relacional, visto no capítulo anterior, a partir dos anos de 1980. Ou seja, a atividade passa a atuar no campo da construção de relações harmônicas entre uma organização e os grupos que a afetam e que são afetados por suas decisões e ações.

Até aquela década, o paradigma simbólico-interpretativo era predominante nas relações públicas. Esse paradigma tinha como foco a promoção de relações com os meios de comunicação, para obter publicidade para as organizações. De acordo com esses preceitos, as relações públicas esforçam-se para influenciar a interpretação que os públicos fazem da organização, buscando mudar percepções a respeito desta, para promovê-la. Tal influência está incorporada nos conceitos de reputação, imagem, marca, impressões e identidade (Grunig, 2009b).

Por essa perspectiva, as relações públicas revestem-se de um caráter tático-operacional, cujo foco está no “o que fazer” e “como fazer”, com a aplicação de instrumentos e técnicas em momentos pontuais - os profissionais preparam *press releases*, organizam cobertura da mídia, redigem discursos, produzem folhetos e elaboram relatórios (Grunig, 2003, 2009b).

No âmbito do paradigma simbólico-interpretativo, a prática das relações públicas aproxima-se do quadro de referência das pesquisas sobre os efeitos, imediatos ou limitados, dos meios de comunicação de massa. Como já foi visto no decorrer da exposição sobre a evolução conceitual da área, naquele contexto, a concepção da comunicação é de um processo linear que provoca na audiência o comportamento desejado pelo emissor, sendo aqueles meios a principal fonte de influência à qual as pessoas estão expostas.

A transição da função de promoção e relações com a mídia para uma função de gestão e direção, expressa no paradigma comportamental de gestão estratégica, teve início nos anos oitenta do século passado. Simbolizada na publicação do livro “*Managing Public Relations*”, de James Grunig e Todd Hunt, em 1984, nos Estados Unidos, a transição dos paradigmas foi marcada pelo desenvolvimento de teorias em programas sistemáticos de investigação sobre a área, com base em uma orientação sistêmica¹⁸, que abriu novos horizontes para o crescimento científico das relações públicas (Grunig e Hunt, 2003).

Para fazer o paralelo com o panorama da área no Brasil, realça-se que, naquela mesma década, quando o país recuperava a democracia, após mais de vinte anos de ditadura militar, o *status* profissional das relações públicas também começou a ser delineado dentro do enfoque sistêmico e estratégico, em substituição ao paradigma operacional-técnico e reducionista vigente até então. No meio empresarial, adotou-se o pensamento estratégico e, na academia, a abordagem da comunicação integrada, que congrega sinergicamente a comunicação institucional, a mercadológica, a interna e a administrativa. Essa abordagem foi evidenciada com a publicação dos livros “Comunicação empresarial e comunicação institucional”, de Gaudêncio Torquato, e “Planejamento de relações públicas na comunicação integrada”, de Margarida Kunsch, ambos em 1986 (Kunsch, W., 2009). O pensamento estratégico das relações públicas na concepção teórica brasileira será apresentado no próximo item deste capítulo.

¹⁸ Segundo a Teoria Geral dos Sistemas, uma organização constitui-se um sistema aberto por ser um conjunto de partes ou subsistemas que interatuam, afetando-se uns aos outros, bem como todo o sistema.

Na abordagem estratégica, as relações públicas são uma atividade de ligação (*bridging activity*, na expressão citada por Grunig, emprestada de Van den Bosch e Van Riel) que constroi relacionamentos com os públicos estratégicos, e não apenas um conjunto de atividades produtoras de mensagens para a mídia. Os efeitos esperados são as mudanças e a adequação dos comportamentos da organização em atendimento ao equilíbrio de interesses dela e de seus públicos (Grunig, 2009b).

As relações públicas tornam-se mediadoras entre uma organização e seus públicos, apoiadas na comunicação bidirecional para dar voz aos públicos e facilitar o diálogo entre eles. Fluxos de comunicação equilibrados podem conduzir à negociação de conflitos potenciais ou reais, com o objetivo da compreensão mútua. Para tanto, tal paradigma defende a participação dos executivos de relações públicas nas tomadas de decisões da organização. Nessa abordagem, o profissional de relações públicas desempenha um papel “limite” ou fronteiro, ou seja, tem um pé na organização e outro fora dela, servindo de ponte entre esta e os grupos externos.

Dentro de uma concepção estratégica, um grupo torna-se um público ao reconhecer um problema, em geral, gerado por alguma consequência da organização sobre ele ou deste sobre aquela. As consequências que um causa ao outro criam vínculos entre eles e tornam-se as condições necessárias para a formação dos públicos. Tais vínculos são os conjuntos de *inputs* (matéria-prima, por exemplo) e *outputs* (venda dos produtos) e são mais numerosos e mutantes quanto mais complexo é o entorno (Grunig, 2003; Grunig e Hunt, 2003).

Assim, públicos são [...] *grupos sociais que respondem às consequências que as organizações exercem sobre eles e que, por sua vez, tentam participar das decisões que sirvam aos seus interesses* (Grunig, 2009a:72-73). Representam sistemas livremente estruturados, cujos membros detectam o mesmo problema ou tema, interatuam tanto face a face como através de outros canais e se comportam como se fossem uma unidade, ainda que nunca tenham se visto. Tal concepção baseia-se na Teoria Geral dos Sistemas e orienta-se pelo conceito sociológico de John Dewey e Herbert Blumer, que condicionam a existência de um público à presença de uma controvérsia a ser solucionada pelo grupo.

“Público” e “*stakeholder*” são agrupamentos diferentes, de acordo com a Teoria Situacional de Públicos, apresentada pela primeira vez em 1984, por Grunig e Hunt. Os *stakeholders* representam uma classificação geral, que abriga categorias específicas, os públicos. São [...] *uma ampla categoria de pessoas que poderiam ser afetadas por decisões*

gerenciais ou afetar as decisões organizacionais, como os funcionários de uma empresa ou os moradores de uma comunidade[...](Grunig, 2009a:78).

A metodologia de classificação dos públicos, segundo aquela Teoria, consiste em, primeiro, identificar os *stakeholders* para, em seguida, segmentá-los em públicos, de acordo com o comportamento deles frente a um problema relacionado à organização, a partir da combinação de três variáveis: reconhecimento do problema, reconhecimento de impedimentos e nível de envolvimento (grau de conexão com a situação) (Grunig e Repper,1992; Grunig, 2009a).

Os públicos são “ativos” quando percebem que as ações de uma organização os envolvem (nível de envolvimento), que as consequências dos atos dessa organização os afetam (reconhecimento do problema) e que eles não estão impedidos de tomar uma atitude a respeito do problema (reconhecimento do grau de impedimento), ou seja, de comunicar-se com a organização sobre o mesmo. Desse modo, os públicos formam-se quando os *stakeholders* reconhecem as consequências de um dado comportamento da organização como um problema, organizando-se para responder a este. A presença dos públicos cria, assim, um problema de relações públicas para a organização.

Um exemplo de público ativo são os grupos ambientalistas, em reação à poluição do ar em uma região por determinada organização ou um grupo que adquire as ações de um empresa ou a ela faz doações. Ao reagir, favorável ou desfavoravelmente àquela, os públicos tentam, de alguma forma, participar do processo de decisões que os atingem diretamente (Grunig, 2009a).

No caso de um grupo sentir as consequências da decisão de uma organização ou, ao contrário, gerar consequências a ela, tal grupo apresenta um grau de envolvimento e reconhece um problema, mas, se não age (sente-se impedido), caracteriza-se como um “público latente” (ou *stakeholder* passivo), com o potencial de tornar-se público ativo, à medida que reagir. Pode-se dizer que é o caso da insatisfação dos funcionários de uma empresa diante das más condições de trabalho ou de moradores de uma comunidade na qual ocorreram mudanças profundas em decorrência da instalação de uma organização, que, por algum motivo, permanecem sem esboçar qualquer reação no sentido de resolver o problema.

Quando um grupo de pessoas não se sente envolvido, nem percebe o problema gerado por uma organização, tem-se um “não público” e, logo, não diz respeito àquela, como uma comunidade fora do alcance da poluição provocada por uma empresa, por exemplo.

Em síntese:

Nem todos os afetados pelas consequências da conduta de uma organização as reconhecem. Daqueles que as reconhecem, nem todos as discutem com outras pessoas e se organizam para fazer algo a respeito¹⁹ (Grunig e Hunt, 2003: 237).

Os públicos, da mesma forma que as atitudes em relação a uma organização, nunca são permanentes, em função das contingências que envolvem o processo comunicacional – daí a terminologia situacional para a teoria dos públicos de Grunig e Hunt (2003). O que a organização faz e a maneira como os grupos do entorno reagem à conduta daquela é que determinam a formação dos públicos.

Públicos e organizações interagem quando há uma relação de influência entre as partes, nascida das consequências mútuas. As organizações se preocupam com os interesses e objetivos dos públicos porque elas não existem isoladas de seu ambiente. Esses, por sua vez, podem pressioná-las em prol de suas aspirações. Por exemplo, os empregados querem das organizações empregos gratificantes, os ambientalistas exigem a preservação da natureza, as agências governamentais impõem a fabricação de produtos seguros (Grunig, 2009a).

Os conceitos de construção de relacionamentos estratégicos entre uma organização e seus públicos são pertinentes ao quarto modelo das relações públicas denominado de comunicação simétrica bidirecional. A prática desse modelo sustenta-se pela pesquisa formativa, para identificar os públicos estratégicos, como a organização é percebida por eles e as consequências da organização sobre esses. Os resultados subsidiam o assessoramento à direção sobre a reação dos públicos às políticas organizacionais e como estas podem ser modificadas para melhor atender aos interesses públicos. A pesquisa avaliativa é útil para aferir os efeitos dos programas de relacionamento e medir as atitudes dos públicos.

Ao contrário dos dois primeiros modelos de relações públicas, de agente de imprensa/ propaganda e de informação pública, o assimétrico e o simétrico bidirecionais têm a investigação como primordial. A bidirecionalidade das relações públicas só pode ocorrer no sistema aberto, pois este é desenhado para ajudar a organização a tratar com o seu meio ambiente (Grunig e Hunt, 2003). Somente o modelo simétrico representa uma ruptura com a visão dominante nas relações públicas de manipulação dos públicos em benefício da organização. Nele, organização e públicos interatuam, exercendo simultaneamente o papel de emissores e receptores, caracterizando a bidirecionalidade da comunicação.

¹⁹ Tradução livre da autora.

No âmbito da organização como sistema, as relações públicas constituem um subsistema administrativo de apoio à direção e aos demais subsistemas da organização (produção, finanças, recursos humanos e comercial), abrindo canais de comunicação com os públicos internos e externos, ajudando-os a se comunicarem entre si e apoiando suas atividades. Nesse contexto, usam o diálogo para aperfeiçoar o entendimento com os públicos e administrar conflitos, configurando uma via de mão dupla, sustentada na pesquisa, negociação e consenso.

São estratégias simétricas aquelas que proporcionam acesso a informações e participação no processo decisório a ambas as partes (organização e públicos); abertura das preocupações, satisfação ou insatisfação com o outro; garantia de legitimidade às preocupações do outro; construção de rede de relacionamentos, por uma organização, com os mesmos grupos com os quais se relacionam seus públicos; divisão de tarefas em busca de soluções; estratégia de solução de conflitos, por meio de discussão aberta e processo decisório conjunto, para alcançar a solução ganha/ganha (Grunig, 2009a).

Entretanto, a simetria que orienta o modelo referido é mais um processo que aspira constantemente ao equilíbrio de interesses do que um resultado, uma vez que o estado de equilíbrio desejado altera-se constantemente à medida que o ambiente muda. Trata-se de um modelo de relações públicas ideal, normativo, que reflete mais um pensamento do que uma realidade empírica (Grunig, 2009a).

Antes de se abordar a origem e preceitos desse modelo, cabe esclarecer que foram exatamente as visões normativa e idealista da simetria os pontos de crítica ao referido modelo que levaram Grunig e Hunt a redefinições teóricas. O modelo simétrico é criticado como impraticável, dentre outros motivos, pela impossibilidade do profissional assumir a defesa de interesses dos públicos em detrimento dos da organização que o paga e pela diversidade de cenários e valores culturais.

A partir de tais críticas, Grunig (Grunig, L., Grunig, J. e Dozier, 2002) incorporou o modelo de motivação mista ou de motivos mistos, proposto por Patricia Murphy, em 1991. Nele, as práticas das relações públicas são descritas como um *continuum*. A negociação de interesses das organizações e dos públicos permitem que estes encontrem uma *win-win zone* (zona ganha-ganha), entendida como um lugar de acordo e de integração (simetria). Fora desta zona do *continuum*, as relações entre ambos se caracterizam por um desequilíbrio comunicativo, onde cada um pode usar a negociação e a persuasão para fazer predominar os seus interesses (assimetria). Assim, esse modelo integra a simetria e a assimetria, em uma perspectiva mais próxima da realidade pragmática da profissão.

A definição de uma prática normativa das relações públicas teve origem na realização do chamado Estudo da Excelência, iniciado em 1985, que representa o resultado de uma extensa investigação, encomendada pela *Research Foundation of International Association of Business Communicators* e liderada por James Grunig. Foram aplicados questionários a gerentes de relações públicas e empregados de 321 organizações, incluindo agências de governo, grandes corporações, associações e Organizações Não Governamentais (ONG's), nos Estados Unidos da América (226), Canadá (58) e Reino Unido (37).

O Estudo foi orientado por uma questão sobre a eficácia e outra sobre a excelência, assim formuladas: Como as relações públicas tornam uma organização mais eficaz e quanto essa contribuição vale economicamente? Quais são as características da função de relações públicas que têm mais probabilidades de tornar uma organização eficaz? (Grunig, 2009a).

A primeira etapa do Estudo da Excelência foi uma revisão crítica sobre excelência na administração e efetividade organizacional, para responder “como” e “porque” as relações públicas têm valor para uma organização, a partir do que poderia ser traçado o perfil das relações públicas excelentes e definida uma prática normativa para a gestão dos relacionamentos entre uma organização e seus públicos.

Tendo-se em vista que o valor das relações públicas para a eficácia da organização e para a sociedade está baseado nos relacionamentos desenvolvidos com os públicos estratégicos, os objetivos da atividade devem consistir de estratégias para cultivar relacionamentos duradouros e de confiança (objetivos de processo) e da formulação dos resultados que a organização deseja realizar com aquelas estratégias (objetivos de resultado). Nesse sentido, são dois os tipos de relacionamentos que os programas de relações públicas buscam alcançar - o de troca e o compartilhado (Grunig, 2001, 2005).

Num relacionamento de troca, um lado oferece benefícios ao outro em retribuição ao que já recebeu no passado ou porque tem expectativas que os obtenha no futuro. Já o relacionamento compartilhado ou comunitário é orientado pelo bem-estar do outro – nele, os benefícios são mútuos. Não se trata de um altruísmo total, lembra Grunig (2009a), mas do mesmo princípio que orienta os relacionamentos entre as famílias ou entre os amigos. No caso das organizações, ao construírem uma reputação em torno da preocupação com relacionamentos compartilhados, recebem mais apoio e menos oposição de seus públicos.

Contudo, o relacionamento de troca não é negativo, sendo, às vezes, o primeiro tipo estabelecido. Por outro lado, pode ser necessário construir, inicialmente, o compartilhamento, para depois vir a troca. São os casos, citados por Grunig (2009a), dos

captadores de recursos antes de pleitear doações e das relações com uma comunidade onde se pretende construir um empreendimento.

Para Grunig (2009a), são os relacionamentos compartilhados com todos os públicos e não somente com aqueles que contribuem com a organização que agregam valor a esta. Aqueles tornam-se importantes para as instituições socialmente responsáveis e que valorizam a sociedade, reduzindo comportamentos negativos como protestos, litígios, greves, propaganda negativa. Mais por meio deles do que através dos relacionamentos de troca é que se elevam os níveis de confiança.

A análise dos relacionamentos organização-públicos, ou seja, dos programas de relações públicas, pode ser feita em quatro níveis, segundo Grunig (2005). No nível do programa, refere-se a programas individuais de comunicação, como relações com a mídia ou com os empregados. No nível funcional, analisa a função geral das relações públicas, que inclui vários programas para diferentes tipos de públicos.

No nível organizacional, a análise concentra-se na contribuição da atividade para a eficácia geral da organização. As relações públicas tornam uma organização mais eficaz, agregando-lhe valor, quando identificam os públicos mais estratégicos e com eles realizam programas de comunicação para desenvolver relacionamentos eficazes de longo prazo (Grunig, 2005), que alinhem os objetivos e o comportamento da organização às expectativas e necessidades daqueles públicos. Tais relacionamentos são cultivados para que os objetivos organizacionais sejam alcançados. O uso do modelo simétrico bidirecional, isolado ou combinado com o assimétrico (modelo de motivação mista) é o que mais provavelmente resulta em relacionamentos eficazes.

Considerando-se que as organizações geram impactos que incidem em indivíduos, públicos e outras organizações na sociedade, o quarto nível de análise - da sociedade - avalia a contribuição que as organizações trazem para o bem-estar geral social. As relações públicas agregam valor à sociedade ao contribuir para o comportamento ético e para a responsabilidade social das organizações (Grunig, 2005).

Do mesmo modo que os públicos e as atitudes das pessoas, como já dito, os relacionamentos também são situacionais, isto é, mudam à medida que modificam-se as circunstâncias, e são, ainda, comportamentais, porque dependem de como cada parte se comporta em relação à outra (Grunig e Hon, 1999).

Os pressupostos teóricos do Estudo da Excelência, produzidos durante dez anos, estão compilados nas obras “*Excellence in Public Relations and Communication Management*” (Grunig, J. (Ed.),1992), “*Manager’s guide to Excellence in Public Relations*

and Communication Management” (Dozier, D., Grunig, L. e Grunig, J., 1995) e *“Excellent Public Relations and Effective Organizations – a study of communication management in three countries”* (Grunig, L., Grunig, J. e Dozier, D., 2002). Os princípios orientadores do Estudo da Excelência (Grunig, 1992) podem ser assim sintetizados:

- a. Os programas de relações públicas devem ser geridos estrategicamente.
- b. As relações públicas devem desvincular-se do marketing.
- c. Os diretores de relações públicas devem fazer parte de uma coligação dominante, ou seja, do grupo com poder de decisão.
- d. O departamento de relações públicas deve ser único e integrado.
- e. O modelo simétrico bidirecional é o que contribui mais eficazmente para a excelência.
- f. O potencial das relações públicas excelentes é indicado pelos conhecimentos teóricos e comportamento ético dos profissionais.
- g. Igualdade de oportunidade para aceder a cargos diretivos de relações públicas, especialmente para mulheres e membros de minorias étnicas.
- h. Cultura organizacional participativa e não autoritária.
- i. Estrutura organizacional orgânica e não mecânica.
- j. Meio envolvente turbulento com pressão de grupos ativistas.

A Teoria da Excelência aborda o papel das relações públicas na consecução dos objetivos da organização, o que coloca a simetria e a visão estratégica como chaves da Teoria. Por tal perspectiva, as organizações são eficazes quando almejam e realizam objetivos que são relevantes para seus interesses e para os de seus públicos estratégicos (segurança no trabalho, produtos seguros, menos poluição e uma comunidade sem riscos nem perigos para o cidadão, por exemplo) (Grunig, 2003a).

A base da Teoria da Excelência é a determinação dos públicos estratégicos de uma organização, suas demandas e reações e o planejamento da melhor forma dessa se comunicar com aqueles, para construir e manter relacionamentos duradouros e de qualidade. O valor das relações públicas em alinhar-se à missão e objetivos organizacionais e estes às expectativas dos públicos advém mais do comportamento relacional da organização do que das mensagens disseminadas (Grunig, 2009a).

O paradigma das relações públicas estratégicas, ao assumir o conceito de diálogo na construção de relacionamentos institucionais e a possibilidade do entendimento mútuo, em substituição à produção de mensagens manipulativas, considera em seus pressupostos a

questão da significação inerente ao processo comunicativo e associa-se ao modelo comunicacional semiótico-informacional, já comentado.

Tal associação também é observada à medida que tal paradigma admite uma relação de influência entre organização e públicos, sustentada na negociação e no consenso, e que os públicos, as atitudes e os relacionamentos são modificados pelas contingências do processo comunicacional, descartando a relação estímulo-resposta da comunicação linear. Ao adotar a reação comunicativa de um grupo frente a uma organização como condição para a formação de um público, abandona a acepção de emissor como elemento ativo em oposição a um receptor passivo, para assumir a interlocução como base da comunicação.

Os preceitos dessa Teoria, no âmbito do pensamento estratégico, são comentados e confrontados criticamente com outras abordagens das relações públicas no item final deste capítulo.

Prossegue-se, abaixo, com a exposição das tendências contemporâneas das relações públicas, no pensamento brasileiro, para, por fim, refletir-se sobre a orientação estratégica das relações públicas em ambas as perspectivas.

2.2 O pensamento brasileiro

A exemplo de outros países, no campo profissional e conceitual, as relações públicas no Brasil, desde o início, incorporaram as teorias norte-americanas e por elas ainda são influenciadas. Na direção da alteração desse quadro, a produção científica nacional tem crescido, em especial, nas duas últimas décadas, em um esforço processual de adequar os referenciais teóricos à realidade e cultura brasileiras e de atualizar paradigmas.

Para efeito de contextualização, convém dizer que, apesar da sua introdução em 1914, como já foi dito, o desenvolvimento das relações públicas no Brasil teve início somente na década de 1950. Àquela época, tal desenvolvimento foi alavancado por uma série de acontecimentos: instalação das multinacionais com seus departamentos de relações públicas, transformações da era dos presidentes Getúlio Vargas e Juscelino Kubitscheck, processo de democratização e chegada da televisão e do rádio transistorizado.

Naquela década, surgiu o primeiro departamento de relações públicas genuinamente brasileiro, na Companhia Siderúrgica Nacional (1951) e apareceram os primeiros cursos regulares (1953), ainda não universitários.

A profissão de relações públicas no Brasil foi regulamentada em 1967, mediante a Lei 5.377, tendo sido muito comemorada pelo pioneirismo mundial da iniciativa. Porém,

posteriormente, aquela regulamentação foi entendida como extemporânea, uma vez que, à época, a profissão ainda não estava legitimada efetivamente nem na academia nem na sociedade brasileiras. A década seguinte, em um clima de euforia pela regulamentação da profissão, caracterizou-se pela proliferação dos departamentos de relações públicas nas empresas e dos cursos universitários (Kunsch, W., 2009).

Somente nos anos oitenta, o campo científico-acadêmico avançou para o conceito da comunicação estratégica integrada, dentro de uma concepção sistêmica, marcando uma mudança paradigmática, a exemplo do que ocorreu nos Estados Unidos. A sistematização teórica das relações públicas fortaleceu-se na década de noventa, propiciada pela preocupação com a qualidade do ensino, iniciativas de realização de simpósios, organização de grupos de trabalho de relações públicas e de comunicação organizacional em instituições que congregam pesquisadores e crescimento da produção científica na área (Kunsch, W., 2009).

A fundamentação conceitual das relações públicas tem sustentado-se em três eixos temáticos: o subsistema institucional no qual se insere esse campo; a dimensão estratégica, que tem como base o planejamento e a gestão; e a comunicação integrada no contexto das exigências do mercado competitivo e da sociedade contemporânea (Kunsch, 2009a).

O subsistema institucional está relacionado com o posicionamento público das organizações, crenças, filosofia e missão organizacional e com a criação das diretrizes que apoiam e auxiliam os outros subsistemas, ou seja, que norteiam o comportamento da organização diante de seus públicos. É o desenvolvimento desse subsistema que vai criar uma “personalidade” corporativa, que expressa sua cultura e valores, e vai permitir maior aceitação, credibilidade e reconhecimento e a sobrevivência da organização.

Desse modo, as relações públicas constituem um subsistema de apoio organizacional e exercem funções essenciais e específicas nos processos de gestão comunicativa e nos relacionamentos das organizações com seu universo de públicos. Para que essa atuação contribua de fato para agregar valor e ajudar as organizações no cumprimento de sua missão e no alcance de seus objetivos globais, aquele subsistema deve orientar-se pela perspectiva integrada, interagindo com as demais sub-áreas da comunicação organizacional.

Comunicação integrada é, então, uma filosofia que direciona a convergência da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa em um *mix*, um composto da comunicação organizacional, disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações, no âmbito da sociedade global (Kunsch, 2003, 2009a). Com base numa política global e nos

objetivos organizacionais, a convergência dessas áreas possibilita ações estratégicas e táticas com vistas à eficácia. O diagrama abaixo ilustra tal concepção.

Figura 1- Composto da comunicação



Fonte: Kunsch, 2003:151.

Nesse composto, a comunicação administrativa é aquela que se processa dentro da organização, no âmbito das funções administrativas, permitindo viabilizar todo o sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos, níveis e redes formais e informais de comunicação²⁰. Possibilita as ações pertinentes ao fazer organizacional, através de um processamento contínuo de informações.

Paralelamente a esse processo, mas sem com ele se confundir, a comunicação interna é um setor planejado, com objetivos definidos, para viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus empregados, através de ferramentas de comunicação institucional e mercadológica. Ajuda a mediar conflitos e buscar soluções preventivas, ao manter os

²⁰ Kunsch (2003) refere-se aos fluxos descendentes, que transitam da direção para os subordinados, e aos ascendentes, os quais representam o processo inverso; os fluxos horizontais ou laterais ocorrem entre as pessoas que comungam de uma mesma posição hierárquica e os transversais ou longitudinais fluem em todas as direções, perpassando os demais fluxos. Os quatro níveis da comunicação em uma organização são o intrapessoal, o interpessoal, o organizacional e o tecnológico. As redes são os sistemas por onde flui a comunicação das organizações: as formais envolvem os meios deliberadamente estabelecidos e as informais as relações sociais intra-organizativas.

empregados bem informados, envolvendo-os nos assuntos da empresa e nos fatos do ambiente externo.

A comunicação mercadológica atua na produção comunicativa em torno dos objetivos mercadológicos, com vistas à divulgação publicitária dos produtos ou serviços de uma empresa, orientada por pesquisas de mercado e de produto.

A comunicação institucional enfatiza os aspectos que explicitam a dimensão pública da organização como sujeito social, de interesse público, traduzida na filosofia, políticas e práticas organizacionais, sustentando o subsistema das relações públicas com o uso de técnicas, instrumentos e estratégias de comunicação. Fazer comunicação institucional implica conhecer a organização e compartilhar seus atributos – missão, visão, valores e, assim, fortalecer o sistema institucional das organizações, compreendido pela junção desses atributos.

A estratégia para que a comunicação organizacional integrada alcance seus objetivos está no planejamento - um modo de pensar sobre determinada situação ou realidade como um processo racional-lógico complexo, que exige conhecimentos, criatividade, análises conjunturais e ambientais e aplicativos técnicos instrumentais; [...] *permite estabelecer um curso de ações para atingir objetivos predeterminados, tendo em vista, sobretudo, a futuridade das decisões presentes, a fim de interferir na realidade para transformá-la* [...] (Kunsch, 2003:207).

No composto comunicacional integrado, Kunsch (2003) aponta quatro funções essenciais que interpenetram-se no exercício das relações públicas para a resolução de questões ligadas aos relacionamentos e à dimensão institucional da organização: a função estratégica, a administrativa, a mediadora e a política.

Exercer a função estratégica significa ajudar a organização a se posicionar institucionalmente perante a sociedade, demonstrando suas obrigações e compromissos que vão além dos objetivos econômicos - razão de ser (missão), valores e propósitos -, valorizando, assim, sua dimensão social.

No exercício dessa função, as relações públicas abrem canais de comunicação entre a organização e os públicos, em busca da confiança mútua, construindo credibilidade. Trabalham com questões de visibilidade interna e externa da organização. É dessa forma que, por meio do planejamento, agregam valor aos negócios e apresentam resultados alinhados aos objetivos organizacionais (Kunsch, 2003, 2009a).

As relações públicas estratégicas devem auxiliar a alta administração a fazer a leitura de cenários, das ameaças e oportunidades presentes na dinâmica do ambiente global, a

conhecer os públicos, considerando as contingências do universo social e organizacional, a avaliar a cultura organizacional e a pensar estrategicamente as ações comunicativas. Nesse contexto, identificam problemas relacionados com a comunicação e com a imagem da organização e avaliam como o comportamento dos públicos e da opinião pública afeta os negócios e a vida da organização, com o objetivo de minimizar situações indesejadas e capitalizar situações positivas (Kunsch, 1997, 2003, 2009a).

Em sua função administrativa, as relações públicas visam atingir toda a organização, articulando a interação entre os diversos setores e grupos. Ou seja, gerenciam o processo comunicativo organizacional.

Exercer a função mediadora implica o uso dos meios de comunicação dirigidos e massivos para mediar os relacionamentos organizacionais com os diversos públicos e a sociedade, através dos quais estes podem conhecer os propósitos e ações da organização, bem como seus esforços de integração com eles. Vai além do processo de informar, alcançando o intercâmbio de informações e o diálogo, numa perspectiva de troca e reciprocidade.

A função política refere-se às relações de poder dentro das organizações e à administração de controvérsias, confrontações, crises e conflitos, considerando-se o poder que ocorre internamente e aquele que advém das forças sociais. Pressupõe negociações e estratégias de comunicação adequadas para a resolução dos problemas²¹.

As instâncias objeto das relações públicas – as organizações e os públicos – são distintas e antagônicas, mas relacionam-se dialeticamente. Cabe à atividade gerenciar os problemas de relacionamentos internos e externos, surgidos ou provocados pelo comportamento de determinados públicos e/ou por certas decisões das organizações (Kunsch, 2009a).

O termo relacionamento tem origem no latim *relatum*, particípio passado de *re-fero, refert*, de onde vem *relatio*, que significa “relação” (referência de uma coisa a outra), no uso clássico de escritores latinos como Cícero e Quintiliano (França, 2009a). Implica reciprocidade, interdependência, troca e busca de vantagens comuns.

²¹ Toda organização tem uma missão a cumprir - em essência, diferente da missão de seus membros-, cuja consecução implica decisões que levem a ações eficazes. Nesse processo, organização e públicos, ao se relacionarem, sofrem interferências de variáveis que podem desencadear o conflito. A iminência do conflito, assim, na perspectiva de Simões (1995, 2009), é a causa das relações públicas, uma atividade administrativa de gestão da função organizacional política. Esta função, entendida como a filosofia, as políticas e as ações inter-relacionadas que visam à consecução da missão organizacional, está associada à relação de poder entre a organização e os agentes detentores de influência que podem interceptar ou desviar a trajetória daquela. Nesse contexto, as relações públicas objetivam a harmonia, o que envolve pré-comportamentos como formar imagem, criar boa vontade, obter atitudes favoráveis e estabelecer a compreensão mútua.

É por meio de redes de relacionamentos institucionais e mercadológicos que as organizações atuam no âmbito social, sendo os públicos os representantes da rede primária da interação organização-sociedade, na sociedade em rede. Nesse contexto, a maneira como ocorrem os relacionamentos²² entre uma organização e seus públicos diferem em termos de objetivos e expectativas (França, 2009a).

Para que tal relação seja produtiva e dialógica é necessário identificar corretamente os públicos e as interações sociais e mercadológicas com a organização e explicar o comprometimento e o envolvimento daqueles em relação a essa - este é o propósito do paradigma lógico estruturado por França (2009b). Para ele, o principal objetivo do relacionamento organização-público são os interesses institucionais, promocionais ou de desenvolvimento de negócios.

Para o autor, as definições tradicionais de público, balizadas pelo critério “geográfico”, que tem como base a proximidade entre os públicos e a organização, comentado, no item 1.2, na perspectiva de Andrade, não são universalmente aplicáveis aos diferentes públicos de forma a distingui-los claramente nas suas relações com as empresas contemporâneas e nem descrevem seus relacionamentos no desenvolvimento de negócios. Aquele critério leva a uma grande sobreposição de públicos, o que faz com que os mesmos grupos possam ser classificados em diferentes posições, como é o caso dos familiares dos empregados, ora classificados como internos, ora como externos ou mistos.

Desse modo, mesmo nos contextos social e organizacional previsíveis e controláveis como os de décadas atrás, as categorias nas quais tinha-se que “encaixar” os públicos já eram insuficientes e imprecisas. No contexto atual, tais categorias não permitem classificar grupos como os trabalhadores terceirizados, empregados temporários, estagiários, sócios de um clube, associações de classe (França, 2009a).

A partir dos resultados da investigação qualitativa realizada, no início do ano de 2000, com executivos de grandes empresas brasileiras, indagados sobre questões pertinentes aos conceitos e tipos de públicos e aos relacionamentos entre estes e a organização que

²² França (2009a:218) defende que relacionamentos corporativos é o termo mais adequado para se referir à relação organização-públicos, uma vez que significa corpo, ajuntamento, reunião de pessoas e reporta-se [...] à organização como um todo articulado, constituído por muitas partes, que interagem com outras partes interessadas para que ela atinja seus objetivos globais de negócios. Porém, nesta tese, opta-se pelo termo relacionamentos institucionais, por entender-se que este expressa a interação entre uma organização e seus grupos de interesse, decorrente das atividades-fim ou das atividades-meio daquela.

representavam, França (2009a, 2009b) propôs a introdução de uma conceituação lógica de públicos e critérios lógicos de relacionamento²³.

Através desses critérios é possível avaliar as características e a importância de cada público e o tipo, temporalidade, objetivo e expectativas do relacionamento organização-públicos, com base na análise dos quadros organizacional e social em um mundo globalizado. Tal processo envolve conhecer a cultura, valores, crenças e tradições e as manifestações de comportamento dos grupos de pessoas com os quais a organização está em interação.

A conceituação lógica examina o ponto de partida da relação e seus desdobramentos no campo dos interesses da organização e dos públicos e esclarece a razão de ser da relação e o que se pretende alcançar com ela. Pode ser aplicada a qualquer tipo de relação e de público, seja governamental, empresarial, comunitário ou do terceiro setor (França, 2009b).

Com base na logicidade, as relações apresentam-se como essenciais, indispensáveis à existência da organização, e não essenciais, quando funcionam como variáveis intervenientes ou não intervenientes nas atividades-fim da organização. As não essenciais não atuam na constituição, mas na viabilização ou realização dos negócios da empresa.

A partir da logicidade dos critérios de relacionamento, França diz que públicos, em relações públicas, são

Grupos organizados de setores públicos, econômicos ou sociais que podem, em determinadas condições, prestar efetiva colaboração às organizações, autorizando a sua constituição ou lhes oferecendo o suporte de que necessitam para o desenvolvimento de seus negócios (França, 2004:80).

A proposta de França (2004) segue três critérios lógicos de relacionamento, que permitem a melhor compreensão dos públicos e de sua função, formas de relacionamento, objetivo, natureza, prioridade e expectativas da relação.

O primeiro critério é o grau de dependência jurídica e situacional da organização com seus públicos para a sua constituição, existência e permanência no mercado. Está direta e logicamente ligado à estrutura essencial da empresa e ao desempenho de suas operações, determinando as relações de ligação, subordinação e envolvimento do público e definindo se o público é essencial ou não essencial para a organização (França, 2009a).

²³ Em que pese tratar-se da construção de uma teoria de relações públicas, o autor enfatiza que o interesse pela definição dos públicos é (ou deveria ser, ressalta-se) de todos os comunicadores (França, 2004).

Quando essencial, a relação do público com a organização é permanente, prioritária e baseada no comprometimento das partes envolvidas. Está associada ao cumprimento da missão e objetivos da organização. De acordo com o grau de dependência situacional, os públicos essenciais podem ser constitutivos ou não constitutivos ou de sustentação. Os primeiros possibilitam a existência da organização, como os proprietários, acionistas, diretores e o governo. Os não constitutivos não interferem diretamente na constituição e sim na viabilização ou manutenção daquela, por meio da execução das atividades-fim, e dividem-se em primários e secundários.

Os públicos essenciais não constitutivos primários são de alto envolvimento (empregados, fornecedores, clientes, sócios de clubes, alunos de instituições de ensino), pois viabilizam o empreendimento. Ainda que possam ser substituídos, têm mais estabilidade, pela existência de uma ligação legal e permanente com a organização. Os públicos essenciais não constitutivos secundários, de médio envolvimento, não fazem parte diretamente dos negócios da empresa, mas colaboram para o seu sucesso (fornecedores de bens não essenciais, terceirizados, estagiários). Sua substituição não traz maiores problemas para a organização.

O segundo critério é o maior ou menor grau de participação dos públicos nos negócios da empresa, na defesa de seus interesses e na promoção institucional ou mercadológica. Situa-se em escalas de vínculos sociais, setoriais, políticos ou econômicos não essenciais dos públicos com a organização. Para França (2009a), por esse critério, é possível identificar-se o nível de comprometimento e de troca de informações de interesse comum entre a organização e os públicos aos quais ela precisa recorrer por razões legais, associativas e promocionais.

Tem-se, assim, os públicos não-essenciais, por não participarem nas atividades-fim, mas somente das atividades-meio da organização. Podem ser subdivididos em redes de consultoria e de serviços promocionais - empresas de prestação de serviço; redes de setores associativos organizados - associações de classe e de categorias empresariais, patronais e comerciais; redes de setores sindicais - sindicatos patronais e de trabalhadores; e em redes setoriais da comunidade.

O último critério refere-se ao nível de interferência, direta ou indireta, que determinados públicos podem exercer sobre a organização e seus negócios, em circunstâncias especiais, sem participar, no entanto, de sua constituição, nem manutenção. Apresentam características do cenário externo da organização, com possibilidade de deter poder de influência que nela interfira. São representados por públicos chamados de redes de interferência, como as redes de concorrência local, regional e internacional; redes de

comunicação de massa - meios impressos, eletrônicos e digitais; redes de ativistas ou de grupos organizados; e redes ideológicas, que podem se contrapor à empresa.

Ao aplicarem-se os critérios de dependência, participação e interferência é possível, defende França (2009a), determinar o relacionamento e sua relevância, em direção a uma gestão adequada e eficiente da relação organização-públicos. Um conceito universal de público, ao contrário das definições tradicionais, permite analisar as múltiplas formas de relacionamento com os quais as organizações têm que lidar diariamente para implantar suas estratégias e alcançar seus objetivos institucionais e mercadológicos (França, 2009b).

Da mesma forma que os conceitos da Teoria da Excelência, de Grunig, as bases conceituais das correntes teóricas brasileiras vistas acima assumem características do modelo de comunicação semiótico-informacional, à medida que sustentam-se na comunicação de dupla via e no entendimento que as organizações, os públicos e os relacionamentos entre eles são impactados por variáveis dos contextos social e organizacional.

Em contraposição aos principais preceitos das relações públicas focadas predominantemente no terreno privado e governamental, surge, no início da década de oitenta do século passado, uma corrente teórica crítica que analisa a atuação da atividade no modo de produção capitalista, com base no materialismo histórico-dialético. Apesar de cronologicamente anterior aos conceitos acima, tem-se aquela contraposição como justificativa para aqui localizá-la.

A vertente crítica respalda-se nas premissas que advogam a necessidade das relações públicas como estratégia para a prosperidade e longevidade das organizações, até então presentes na bibliografia disponível, fortemente norte-americana. Segundo Peruzzo (2009a), aquelas premissas ainda estão em vigor. A autora acrescenta, ainda, que a atuação das relações públicas como “rua de duas mãos”, ou seja, para estabelecer uma reciprocidade entre as instituições e cada um dos seus públicos é uma tentativa de fazer-se crer que a organização não deve agir de forma unilateral e autoritária e sim auscultando os seus públicos para entender a opinião deles e melhor atender aos seus interesses.

A proclamada primazia em fornecer informações abundantes e fidedignas para estabelecer o diálogo e o potencial da atividade para dirimir conflitos e estabelecer relações amistosas entre a organização e seus públicos revelam a pretensão das relações públicas de passarem-se por neutras, [...] *como se não houvesse a supremacia dos interesses das organizações e dos governos nesses relacionamentos* [...] (Peruzzo, 2009a:160).

Nas relações entre trabalho e capital, cuja base ocorre no processo de produção de mercadorias, ou seja, de bens e serviços concretos e simbólicos colocados no mercado, entram

em contato as classes fundamentais do capitalismo: a burguesia, representada pelos donos do capital e dos fatores de produção, e os trabalhadores, detentores da própria capacidade de trabalho. Os interesses, condições de existência e as formas de apropriação dos bens produzidos entre tais classes são antagônicos, embora uma classe dependa da outra para sobreviver.

Para Peruzzo (1986), a finalidade das relações públicas, nesse contexto, é harmonizar aquelas relações, antagônicas por natureza, e tentar obter o consenso da sociedade em torno dos valores e interesses da classe dominante, a burguesia. Para tanto, juntam-se a outras estratégias político-organizacionais.

Ao buscarem a “compreensão mútua” entre tais classes e na sociedade, as relações públicas assumem características altruístas, como se não defendessem, primeiramente, os interesses de quem as contrata, que estão acima dos interesses de classe, nem houvesse classes antagônicas na sociedade capitalista na qual atuam. Dessa forma, ocultam o comprometimento com a organização ou governo aos quais estão a serviço (Peruzzo, 2009a).

Uma vez que o patamar no qual ocorre o relacionamento no contexto das relações capital-trabalho é desigual, mesmo havendo posturas eticamente condizentes com os interesses dos empregados, as ações das relações públicas sempre são conduzidas de modo a acomodar aquelas relações prioritariamente aos interesses da organização.

De acordo com Peruzzo (2009a), são muitos os exemplos que ilustram a força das relações públicas e da comunicação organizacional, com este ou outro nome, de maximizar a cooperação e assim aumentar a extração da mais valia. É o caso dos treinamentos, onde a empresa é apresentada em grande estilo para gerar motivação e orgulho. Há, ainda, os jornais internos, que não abordam questões polêmicas, funcionando como um anestésico para acalmar os ânimos, além de ajudar a prevenir conflitos e criar um clima favorável ao alcance das metas mercadológicas. Na mesma linha de exemplos, as premiações do tipo “operário padrão” são idealizadas para valorizar o empregado assíduo e dedicado, que não cria problemas. Há, também, os programas de visitas, os quais buscam aproximar os familiares da empresa para criar vínculos amistosos e ganhar a simpatia deles.

Ações desse tipo são instrumentos utilizados para a concretização de relacionamentos propícios à consecução dos objetivos do capital, diz Peruzzo (2009a). Mesmo o que pode parecer ser de interesse social, como a geração de empregos, não é uma dádiva das empresas, mas uma necessidade destas para que o capital se reproduza. Para ela, os benefícios aos empregados são formas indiretas de salários que reforçam a submissão daqueles ao capital e escondem os reais interesses em jogo.

Desse modo, as relações públicas servem para potencializar os trabalhadores a trabalharem mais e melhor, ou seja, aumentarem a produtividade por meio da mais-valia absoluta e relativa. Buscam, ainda, cooptar os trabalhadores, levando-os a se submeterem aos interesses do capital.

O modo de produção capitalista atualiza-se, constantemente, para assegurar sua reprodutividade e perpetuação histórica. Tais atualizações engendram o capitalismo cognitivo, caracterizado pelo trabalho imaterial levado a efeito pela inteligência, imaginação e saber, que coexiste com formas de produção material. São situações de exploração de mão-de-obra infantil e de imigrantes, que se submetem a baixos salários, extensas jornadas de trabalho e condições de trabalho desumanas, além da exploração em linhas de montagem, escritórios, comércio e de outras situações de submissão.

Quando a empresa age para satisfazer alguma reivindicação de um público é porque sabe o retorno que vai ter com isso. O diálogo propagado pelas relações públicas de acordo com os interesses de cada segmento é estabelecido para obter colaborações e assegurar relações favoráveis à empresa: leis que favoreçam a extração de lucros, fidelidade dos consumidores, não-divulgação de notícias desfavoráveis e assim por diante. O que pode ocorrer entre organizações e públicos são colaborações, cumplicidades, momentâneas ou duradouras, comprometimentos, acomodamentos de interesses, mas não relações igualitárias e harmônicas.

As atividades realizadas fora do ambiente de trabalho, como a participação dos empregados em projetos sociais comunitários, são bastante valorizadas porque desenvolvem o espírito colaborativo, muito apropriado ao capital na extrapolação sutil para o trabalho remunerado. Inclusive, o uso da palavra “colaborador” no lugar de empregado, para Peruzzo (2009a), é uma forma de despistar a relação de submissão que persiste.

Às relações públicas e às outras sub-áreas da comunicação organizacional cabe criar sentimentos facilitadores de condutas que assegurem a predisposição das pessoas a se sujeitarem às condições de trabalho, ao lado das instituições de ensino, da mídia e de outras que participam do processo de formar pessoas para essa nova realidade. Servem, [...] *em última instância, para ajudar as empresas a aumentarem os lucros, embora seu discurso continue sendo de atuação desprendida e totalmente a favor dos interesses coletivos*[...] (Peruzzo, 2009a:181).

Na esfera governamental, as áreas da comunicação buscam informar a sociedade sobre as realizações do governo, com vistas a angariar apoio à sua forma de gerir a coisa pública e ajudar a persuadir a opinião pública na busca da estabilidade para o Estado. Para

Peruzzo, os governos, vez por outra, fazem concessões às classes subalternas para assegurar a estabilidade da sociedade capitalista e manter sua hegemonia. Nesse sentido:

[...]os processos de comunicação capitaneados pelas relações públicas ou por setores equivalentes, ao contribuírem para a configuração da opinião pública e da cultura, desde as relações de trabalho até o conjunto da sociedade, ajudam a formar o modo capitalista de pensar, marcado pelo individualismo, consumismo, espírito concorrencial e mentalidade de levar vantagem em tudo[...] (Peruzzo, 2009a:169).

Assim como a publicidade, o jornalismo e a editoração, as relações públicas são parte de um esforço para acomodar interesses e amenizar o conflito e, assim, harmonizar uma sociedade marcada pelas contradições, camuflando-se em uma aura de interesses coletivos. Dessa forma, o conjunto dos aspectos teóricos, calcados no equilíbrio de interesses e na harmonia, e a prática das relações públicas são divergentes, já que estas estão explicitamente vinculadas ao capital e/ou aos governos no exercício do poder.

Em meio às críticas que faz, Peruzzo (2009a) aponta a possibilidade de uma nova vertente para as relações públicas – a popular, alternativa ou comunitária, ligada aos movimentos sociais e às demais organizações sem fins lucrativos da sociedade civil, colocando a atividade a serviço dos interesses das classes subalternas e do processo de transformação social. Para tanto, é necessário adequar seus princípios e técnicas às necessidades das organizações comprometidas com a melhoria da qualidade de vida e a ampliação da participação política da população.

O cenário social brasileiro dos anos de 1980 estava marcado por pressões populares em torno da cidadania e convulsionado por greves, ocupações de terras, protestos contra o alto custo de vida, ação pastoral engajada na formação política e surgimento de movimentos populares, indicativos de um processo de mudança social. Surgiam meios alternativos de comunicação, mas faltava explicitação teórica da viabilidade das relações públicas servirem aos interesses populares. Peruzzo (2009b), ao fazer uma aproximação entre a comunicação comunitária e as relações públicas, aponta os conceitos e princípios desse campo da comunicação e a participação ativa do cidadão como parâmetros para uma práxis capaz de efetivar os direitos de cidadania.

Comunicação comunitária, popular, alternativa ou horizontal é o processo comunicativo levado a efeito por movimentos sociais populares e organizações sem fins lucrativos da sociedade civil. Ocorre no contexto de uma práxis de atores coletivos que se articulam de modo a provocar a mobilização social e realizar ações concretas com vistas a favorecer a autoemancipação humana e a melhoria da consciência política e das condições de

existência daqueles não plenamente beneficiados pela riqueza e pelo desenvolvimento tecnológico produzidos socialmente.

A prática das relações públicas comunitárias requer sintonia com a lógica que sustenta a organização popular e comunitária, no âmbito da conscientização-mobilização-ação de movimentos e organizações sociais, em uma perspectiva holística. É um processo construído em conjunto e não invasivo. As relações públicas podem contribuir na estruturação interna e na constituição de processos de comunicação nas diversas modalidades, em função do relacionamento público.

Para isso, procedem a alterações em seu *modus operandi*, que passa a constituir-se a partir das demandas das próprias organizações de base popular, respeitando a dinâmica coletiva, pois o que interessa é democratizar o saber técnico do planejamento à execução, sem desprezar o saber popular, além de municiar o cidadão de capacidades que contribuam para sua autoemancipação.

As relações públicas populares não são necessariamente exercidas por profissionais, uma vez que a escassez de recursos não permite a contratação de especialistas. Movimentos sociais populares, ao seu modo, desenvolvem ações de comunicação adequadas às suas necessidades de expressão e de mobilização, com ou sem auxílio técnico. Os profissionais presentes em tais movimentos atuam como facilitadores, oportunizando aos membros da comunidade a participação em todas as fases do processo comunicativo.

Em uma mesma linha teórica, Kunsch (2009b:443) deixa claro que [...] *as relações públicas comunitárias autênticas são muito mais do que um trabalho “para” a comunidade, nos moldes tradicionais, por meio de ações sociais paternalistas*[...]. Pressupõem atuação interativa e participação “na” comunidade, dentro dela, em função dela - enfim, preferencialmente orientada por um “agente orgânico” surgido na própria comunidade - que “desça às bases” e estabeleça um processo empático.

É necessário que o profissional envolvido nesse processo seja conhecedor das teorias, técnicas e instrumentos de relações públicas, sendo fundamental que se preocupe com a comunicação simétrica de mão dupla. Ele deve criar canais de diálogo, estabelecer políticas de portas abertas, procurar conhecer o perfil dos públicos, realizar pesquisas de opinião, planejar, sempre de forma participativa. Nesse contexto, a ética é o princípio balizador do trabalho comunitário, no qual o profissional deve cultivar a solidariedade e outros valores humanos e sociais, para ajudar a construir uma sociedade mais justa.

Como campo de atuação, as relações públicas comunitárias têm um amplo universo de instituições e organizações do primeiro, segundo e terceiro setores. Neste último,

estão organizações sociais de interesse público - ONG`s, fundações, associações voltadas para a melhoria de vida das crianças, idosos, portadores de necessidades especiais, famílias em situação de risco e muitos outros grupos excluídos das políticas públicas e pela sociedade. Constituem-se microsociedades que postulam novos espaços, novas cidadanias e uma vida humana mais digna e justa, em resistência à opressão do Poder Público, político e econômico.

No âmbito do Estado, ações comunicativas proativas e empreendedoras com vistas ao desenvolvimento integral da sociedade podem ser desenvolvidas. Com o terceiro setor ou por meio dele, cabe às relações públicas promover mediações entre o setor público e a iniciativa privada, através de estratégias, instrumentos e linguagens repensadas em conjunto com os públicos envolvidos, a opinião pública e a sociedade como um todo.

No território privado, no qual a comunidade tornou-se um público estratégico relevante, a responsabilidade social e a cidadania corporativa precisam ser fruto de uma filosofia de gestão e não instrumentos para ganhos mercadológicos e de imagem institucional. As organizações devem ter uma prática responsável e mostrar-se comprometidas com a melhoria da qualidade de vida das pessoas e a diminuição das desigualdades sociais. Nesse contexto, as relações públicas precisam cumprir sua função social, com o engajamento do profissional no processo comunicativo orientado para a mobilização, articulação e transformação social e política.

A viabilidade e a efetividade das ações nesses campos requerem um planejamento participativo, orientado pela troca de informações e ideias, na busca de um consenso para a tomada de decisões com vistas à transformação, destaca Kunsch (2009b).

Pelo prisma da prática comunitária, as relações públicas, quando praticadas nos terrenos empresarial e governamental, orientam-se pelos conceitos comunicacionais de transmissão e passividade dos receptores, próprios de uma sociedade de massa. Seguem, ainda, o princípio da submissão do homem à produtividade e eficiência, manipulando suas necessidades e mecanizando suas ações, a exemplo do que diz a teoria crítica da comunicação, elaborada pelos frankfurtianos. O homem é submetido à dominação de uma sociedade regida por princípios econômicos que o aliena e dele é retirada qualquer condição de ir contra o sistema estabelecido (Santos, 2003).

Nesse contexto, o conceito de indústria cultural designa a maneira como a cultura foi apropriada pelo capitalismo industrial e transformada em atividade econômica a serviço do controle social, em um processo de manipulação da consciência das massas. Com base nessa lógica, pode-se dizer que as relações públicas, segundo a abordagem crítica, atuam de forma

similar, à medida que definem o que pode ser consumido, em termos comunicacionais, e excluem o que prejudica os interesses em jogo.

Por outro lado, os conceitos que envolvem a atuação das relações públicas no campo popular apontam para uma concepção da comunicação própria do modelo semiótico-informacional, na perspectiva da presença dos fatores semânticos entre a emissão e a recepção que se opõem à passividade do modelo anterior, a exemplo dos modelos de relações públicas mais recentes, como se viu.

Para finalizar este capítulo, reflete-se sobre a evolução das bases conceituais das relações públicas, no esforço de um exercício crítico e de contribuir com o debate científico da área.

2.3 Reflexões sobre as bases conceituais contemporâneas das relações públicas à luz das abordagens estratégica e crítica

A história da prática e a evolução conceitual das relações públicas revelam mudanças de paradigmas, mas, ao mesmo tempo, demonstram que alguns conceitos são mantidos, explícita ou implicitamente, sob enfoques atualizados. É sobre isso que se pretende refletir, partindo-se de considerações sobre os critérios usados para o conceito, identificação e classificação dos públicos, os quais também configuram os relacionamentos entre estes e as organizações, chegando-se, assim, a questões ligadas aos objetivos das relações públicas.

O referencial para tais reflexões são as convergências e divergências entre as orientações estratégica e crítica, perpassadas, contudo, pelos pressupostos conceituais iniciais da área. Desse modo, são reflexões que somam-se às considerações e questionamentos feitos nos itens anteriores deste capítulo.

Os primeiros aportes teóricos da área não trazem critérios para o mapeamento e a categorização dos públicos, havendo, ainda, por vezes, uma sobreposição dos termos público e opinião pública, quase como se fossem a mesma coisa. Grunig e França, com suas teorias, tentam preencher aquela lacuna, como se viu.

Considerando o ponto de vista de Grunig, tem-se que um grupo somente torna-se público de uma organização se responder a alguma consequência gerada por aquela. As reações dos grupos, nesse caso, definem a importância e prioridade que passam a ter para a organização, em dado momento e situação, de acordo com os objetivos organizacionais pretendidos. Observa-se, entretanto, que o comportamento passivo de um grupo não significa ausência de efeitos das ações e decisões da organização sobre ele, podendo esconder, por

exemplo, submissão, comodismo, medo, falta de oportunidades, repressão, como reflexos da conduta organizacional, o que, por si só, é suficiente para mantê-lo na esfera de interesses da organização.

Na abordagem de França, os indicadores para a formação de um público são a essencialidade e a não-essencialidade de um grupo para a existência da organização, com variações quanto ao maior ou menor nível de impacto desse na vida daquela. Por essa perspectiva, embora com diferenças de influência e efeitos, todos os grupos, em última instância, tornam-se essenciais, em contraposição à não essencialidade de alguns apontada pelo autor.

Desse modo, para as relações públicas, a questão central da formação de um público são os impactos mútuos entre organização e públicos decorrentes da existência de interesses em comum. Nesse sentido, seja qual for o critério de classificação adotado, para efeito de ilustração, pode-se dizer que os alunos de uma universidade, por exemplo, inegavelmente, são públicos desta, ainda que a frequentem por muitos anos sem esboçar qualquer atitude favorável ou desfavorável à instituição e que sua presença não seja permanente. Alunos e instituição estão ligados pelo interesse na qualificação dos professores e do ensino, em disporem de infraestrutura física e material adequada, na inserção dos egressos no mercado de trabalho, na credibilidade institucional.

Os relacionamentos institucionais configuram-se, assim, a partir dos interesses em questão e objetivos dos públicos e dos negócios. Ainda que movidos pelos benefícios que possam produzir à organização e aos públicos, imediata ou posteriormente, e que tais benefícios sejam mútuos, como os que decorrem do que Grunig chama de relacionamentos compartilhados, estes não representam, necessariamente, uma relação sem conflitos e não podem ser comparados com as relações familiares e de amizade, como faz o autor, uma vez que estas são orientadas, a princípio, por sentimentos e não por interesses de negócios.

Os objetivos de negócios, direta ou indiretamente, desde os primeiros aportes teóricos das relações públicas, são a razão de ser da área, motivo pelo qual esta busca apoio e aceitação social. Os conceitos mais recentes, porém, definem-se em princípios mais éticos e responsáveis, em substituição ao poder soberano do qual se investiam as relações públicas quando assentadas predominantemente em modelos de comunicação unilaterais e persuasivos. São pressupostos que defendem o diálogo no lugar da manipulação e a busca do equilíbrio de interesses dos públicos e da organização ao invés da soberania dos interesses organizacionais, mesmo que, nesse aspecto, ainda parem dúvidas quanto à possibilidade de harmonizar o que é antagônico.

Isso porque, mesmo tratando-se de uma relação de interdependência e impactos mútuos, ou seja, a eficácia organizacional depende dos públicos que, por sua vez, dependem da organização, há, naquela relação, variáveis de ordem social, econômica, cultural, simbólica, histórica. Estas variáveis constituem e diferem os públicos, conduzem seus comportamentos, geram objetivos divergentes e interferem não somente no processo relacional, como no pretendido equilíbrio de interesses e compreensão mútua.

No mesmo âmbito do exemplo acima, pode-se dizer que tais variáveis são observáveis no que se assiste, nesta década, em grande parte das universidades públicas brasileiras, a partir do momento em que, em meio a muitas polêmicas, adotaram o sistema de reserva de vagas através de cotas sociais e raciais. Estas contemplam (e privilegiam, sob um certo prisma) jovens egressos de escolas públicas e de origem negra e indígena com critérios diferenciados no processo de acesso àquelas.

Nesse caso, de um lado, estão universidades consideradas elitistas em sua origem, e de outro, um grupo que, pela primeira vez, tem ampliada a oportunidade de ingressar em um curso de nível superior, independente das opiniões favoráveis e desfavoráveis àqueles critérios. Há, nesse contexto, variáveis únicas que configuram, de forma particular, as instâncias envolvidas e os modos como interagem, assunto central da investigação empírica desta tese, que será abordado nos capítulos seguintes. Aqui, quer-se chamar atenção para a complexidade que envolve os relacionamentos institucionais.

Seguindo o raciocínio acima, em tal relação, à luz da abordagem estratégica, é possível equilibrarem-se os interesses da organização e dos públicos, protagonistas do relacionamento, e os benefícios mútuos. A simetria pretendida, nesse caso, remete à responsabilidade social das relações públicas, colocando-as a serviço do bem-estar de todos os envolvidos nos relacionamentos.

Ao contrário, no pensamento crítico, aquela relação envolve interesses inconciliáveis, na qual os públicos são antagonistas da protagonista organização. As relações públicas, ao pretenderem conciliar tais interesses, escondem-se no interesse pelo coletivo e na responsabilidade social. Os pressupostos da teoria crítica coadunam-se com o que se viu sobre o pensamento de Habermas, que atribui às relações públicas o papel de ocultar o comprometimento com os interesses privados, antagônicos aos sociais, sob um falso interesse no bem-comum.

Na perspectiva das contraposições entre a orientação estratégica e a crítica, no exemplo em questão, o atendimento a necessidades que decorrem do ingresso de jovens em situação de vulnerabilidade social e econômica na universidade pública, como a assistência

estudantil que garanta sua permanência e conclusão do curso que frequentam, são tanto de interesse da instituição como deles, justificando o processo relacional entre eles e caracterizando a busca pelo equilíbrio comentado.

Na linha crítica, tal situação representa apenas o cumprimento de legislações governamentais, resultantes de pressões sociais, e um artifício para evitar um conflito que possa prejudicar a aceitação social da instituição, com repercussão nos indicadores de qualidade, recebimento de verbas, parcerias com a iniciativa privada, interesses acadêmicos e pessoais dos dirigentes, para citar alguns. Associar tais ações à responsabilidade social, seria, então, uma estratégia para favorecer a instituição em seus propósitos de posicionamento público.

Na evolução teórica das relações públicas, o paradigma estratégico amplia e atualiza conceitos dos primórdios da atividade. É o que se vê no *mix* da comunicação integrada que Kunsch (2003) apresenta, ao integrar atividades antes isoladas - relações com a imprensa e propaganda, por exemplo, a novas áreas, com fins institucionais e mercadológicos. O fortalecimento de tais dimensões converge para a eficácia organizacional, intencionada pela atividade desde os primeiros contornos teóricos, ainda que em outros termos.

No quadro conceitual contemporâneo, o posicionamento público através do compartilhamento de atributos da identidade corporativa torna-se tanto um ativo institucional como econômico da organização e as relações públicas uma atividade de resultados. Nesse sentido, à medida que tal posicionamento envolve elementos do comportamento da organização, esta também passa a ser objeto de intervenção das relações públicas, diferentemente do paradigma predominantemente instrumental e persuasivo, cujos efeitos esperados centravam-se somente na mudança do comportamento dos públicos em favor da organização.

A mudança desse conceito, contudo, de acordo com cada orientação teórica, tanto pode representar um esforço em direção à perseguida simetria, como mais uma estratégia para ocultar os objetivos capitais e posicionar a organização como interessada no bem coletivo. Por outro lado, a visibilidade que os atributos e as ações organizacionais ganham no processo comunicacional integrado, se pode ser uma aliada da organização na aceitação social e consecução de seus objetivos, ao mesmo tempo, representa transparência e oportuniza aos públicos vigilância e pressão sobre aquela como sujeito social.

Nesse contexto, convém lembrar que tal processo não se sustenta apenas nos meios de comunicação de massa, como fonte principal de informação para os públicos, e as organizações não são mais as privilegiadas instâncias ativas desse processo, a exemplo do que

ocorria no âmbito dos primeiros modelos de relações públicas. O campo de atuação e o universo de interlocução social dos atores sociais, refletidos no terreno organizacional, ampliam-se com as modificações do cenário social, com ênfase na introdução de novas formas de sociabilidade fundadas na tecnologia, tema alargado no item 4.2 desta tese. A organização, pública, privada ou comunitária, constitui-se *um* dos atores e não mais *o* ator do processo comunicacional.

Dessa maneira, as relações públicas, em oposição ao início da profissão, desenvolvem-se em um panorama social contemporâneo que impõe novas posturas, nos campos empresarial, governamental e comunitário, que não se conciliam com falácias.

No plano comunitário, as relações públicas podem contribuir, do ponto de vista político, para a constituição de novos sujeitos sociais no processo de emancipação humana. Atenta-se para a duplicidade de papéis das comunidades e entidades do terceiro setor - ao mesmo tempo que são territórios de atuação para as relações públicas, também são públicos das organizações e, como tal, com elas interagem. Assim, a atuação no plano comunitário imbrica-se, em um certo viés, com as dimensões privada e governamental da área.

Nesse sentido, considerando-se que o tripé conscientização-mobilização-ação que sustenta as relações públicas comunitárias implica mediação entre movimentos organizados, órgãos públicos e empresas privadas, em busca do atendimento a demandas das classes populares, observam-se oportunidades de parcerias entre entidades dos três setores naquela direção. Nesses casos, o que diferencia o exercício da função social das organizações das ações meramente assistencialistas, envoltas em interesses mercadológicos, são o envolvimento das comunidades e a concretude dos resultados para a melhoria de condições de vida dessas comunidades, em oposição à efemeridade do assistencialismo. Dessa forma, é possível a atuação das relações públicas de forma alinhada aos valores sociais e comunitários.

Tais parcerias representam um esforço para diminuir os efeitos negativos dos desequilíbrios históricos entre organizações e públicos, ainda que não eliminem as desigualdades. Uma linha tênue separa os conceitos teóricos que admitem uma prática social verdadeira das organizações e aqueles que a concebem dentro da perspectiva de “levar vantagem em tudo”.

O objetivo final de uma organização privada é o lucro e de uma governamental é o apoio à ordem social, enquanto que o das instituições comunitárias é a transformação social. Entretanto, por um lado, tais objetivos podem ser subvertidos e, por outro, todos os âmbitos são impregnados de interesses específicos, logo, férteis para condutas tendenciosas e de favorecimentos, o que não inviabiliza comportamentos éticos. A mediação das relações

públicas no campo empresarial e governamental não deve, então, ser vista como um contra-serviço a uma sociedade mais justa e igualitária pregado pela vertente crítica.

No conjunto das funções das relações públicas, a mediação está associada à dinâmica de “ligação” entre uma organização e seus públicos, em um processo que vai além da informação e envolve diálogo, reciprocidade de interesses e criação de vínculos. O termo mediação, no entanto, admite outros conceitos, os quais também podem ser articulados ao universo das relações públicas e à mediação naquele sentido, à medida que origina-se no campo da comunicação e esta é o processo pelo qual viabilizam-se os relacionamentos institucionais.

Na segunda parte da tese, a seguir, abordam-se essas questões nos dois capítulos que a compõem, finalizando-se a construção do quadro de referências teóricas. O capítulo três traz um recorte dos pressupostos teóricos das mediações e o quatro discorre sobre os relacionamentos institucionais na perspectiva das mediações.

**PARTE II – AS MEDIAÇÕES E OS RELACIONAMENTOS
INSTITUCIONAIS**

3 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS SOBRE MEDIAÇÕES: UM RECORTE

O enquadramento teórico realizado neste capítulo apresenta diferentes conceitos das mediações, que vão fundamentar a concepção que orienta a observação e a compreensão dos relacionamentos institucionais como processos mediados e mediadores. A base conceitual construída permite, ainda, o desenho dos contornos de um recurso teórico-metodológico para a pesquisa proposta, que se apresenta no capítulo seis, sobre o percurso metodológico, na parte III da tese.

Em seguida à exposição dos conceitos, sustentados nas teorias da mediação de Manuel Martín Serrano (1981, 1985, 1997, 2004, 2008, 2009), Jesús Martín-Barbero (1997, 2000, 2002, 2009a, 2009b, 2009c) e Guillermo Orozco Gómez (1991a, 1991b, 1994a, 1994b, 1996a, 1996b, 1997, 2001, 2004a, 2004b), tecem-se considerações sobre cada concepção em foco, articulando-a ao processo da comunicação e sinalizando os aspectos centrais que a aproximam das especificidades próprias do campo das relações públicas. Contudo, é no capítulo quatro, nesta segunda parte da tese, que desenvolve-se a articulação entre as mediações e as práticas daquela atividade, principalmente com os relacionamentos institucionais, evocando-se os conceitos aqui vistos para proceder-se à compreensão desses processos.

3.1 A mediação como mecanismo de controle social pela informação

Nos anos de 1970, no âmbito das mudanças sociais resultantes do desenvolvimento da sociedade capitalista, que trazia outras formas de organizar as relações sociais nos níveis econômico, cultural e político, realizaram-se pesquisas para averiguar os novos procedimentos de controle para a reprodução social que surgiam e como funcionavam. No cenário de então, o acesso massivo à informação incorporava-se à cotidianidade das pessoas e a utilização social da informação e da cultura afetava cada vez mais o funcionamento da economia.

Naquela década, foi desenvolvido um estudo sobre a televisão espanhola com o objetivo de explicar as alterações que esse meio provocava na visão de mundo dos espanhóis (Martín Serrano, 1981, 2008). A pesquisa, realizada no terreno das investigações sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa na audiência, partia da hipótese que estes meios afetam os processos cognitivos dos receptores porque, junto com os relatos dos acontecimentos, oferecem modelos de representação do que acontece e como aqueles relatos

devem ser compreendidos. A investigação objetivava desenvolver um método para identificar as estruturas elementares que formam parte do relato televisivo e suas regras de combinação.

Nesse contexto, foi construída a teoria da mediação social, que estuda o controle que as instituições mediadoras exercem sobre as representações sociais, ao imporem uma forma particular de apresentar a realidade e atuar sobre a interpretação que as pessoas fazem dessa. A realidade é designada como o âmbito físico, biológico, psíquico, cultural, institucional e social em que cada sujeito desenvolve sua existência; refere-se a tudo que acontece nesse âmbito (Martín Serrano, 2008, 2009).

O controle social aparece como uma técnica de ajuste,

[...]cuja função é produzir instituições mediadoras (por exemplo, os assistentes sociais), modelos mediadores (por exemplo, a mística do desenvolvimento) e os objetos mediadores (por exemplo, os tranquilizantes) que atuam como giroscópios, restabelecendo um equilíbrio do estado de permanente disfunção a que está submetida a sociedade, como consequência dos desajustes entre normas, tecnologias e personalidades²⁴ (Martín Serrano, 2008:64).

A mediação produz modelos de ajuste às mudanças sociais, diante da dissonância gerada pelo conflito entre inovações e normas culturais. Os indivíduos e a sociedade desenvolvem e utilizam sistemas de regulação institucionalizados para reduzir a dissonância. A e B são dissoantes quando um implica a negação do outro, como é o caso da tecnologia contraceptiva que dissoa das normas católicas de procriação. Os esforços para restabelecer a consonância podem ser orientados para a modificação das atitudes, comportamentos e ideias dos indivíduos em uma situação dissoante.

As inevitáveis consequências da adaptação da sociedade aos avanços tecnológicos contínuos, que supostamente tornam possível o bem-estar e as liberdades, representam crises, uma desordem social, frente as quais os desajustes devem ser corrigidos através da atuação sobre os sujeitos. Os sistemas de ajuste da sociedade possibilitam que os atores sociais se adaptem a viver em estado permanente de crise, sem questionar o sistema global. Toda mediação social, em um esforço de integração, propõe-se a proporcionar modelos que sirvam de referência ao grupo social, para preservar a coesão diante dos efeitos desagregadores da mudança social (Martín Serrano, 2004, 2008).

Uma das maneiras das sociedades e pessoas ajustarem-se a algum propósito e concepção de mundo, como as crenças religiosas, os programas políticos e os modelos econômicos, é a utilização da informação que orienta a forma como os atores sociais se organizam, em direção ao desígnio preconcebido. O valor do objeto mediador está na

²⁴ Tradução livre da autora.

informação necessária para o controle do sistema social. Através da informação uma pessoa cria um sistema de ordem para organizar a si mesma em relação aos valores do meio em que vive. A mediação introduz, desse modo, um modelo de ordem, fragmentando a visão da realidade, e um sentido ao acontecimento social. Ordem equivale ao modo estabelecido de entender-se com o mundo (Martín Serrano, 2008).

Cada sociedade está interessada em transmitir e conservar o conjunto de sistemas de ordem pelos quais impõe uma determinada visão de mundo. A sociedade trata de manter invariável um sistema de ordem, embora mudem os objetos que servem para transmitir os repertórios. Nesse contexto, *A mediação se define como a atividade que impõe limites ao que pode ser dito e as maneiras de dizê-lo, por meio de um sistema de ordem* (Martín Serrano, 2008:76); busca que a consciência de uma pessoa enquadre o conhecimento da realidade em modelos historicamente determinados (Martín Serrano, 2004).

São modalidades de controle social pelo recurso da informação todas as ações que incidem em enculturação das pessoas: estudos formais, manifestações culturais, artísticas, rituais ou recreativas, as notícias que circulam por sistemas informais ou na mídia, por exemplo. Nesse sentido, a teoria da mediação social

[...]oferece um novo objeto para as ciências sociais: o estudo da produção, transmissão e utilização da cultura, a partir da análise dos modelos culturais e de suas funções. Estes estudos são especialmente necessários quando se utiliza a cultura como um procedimento de dominação²⁵[...](Martín Serrano, 1985:142).

Os estudos para observar como funciona o controle social pela informação concentram-se em três perspectivas: a nível dos sujeitos, dos relatos e dos produtos comunicativos (Martín Serrano, 2004).

Os sujeitos elaboram representações cognitivas da realidade a partir das informações proporcionadas pelos outros sujeitos, através de canais pessoais ou institucionais de comunicação, os quais fornecem dados que incluem as representações e a interpretação destas. A participação de tais instâncias na produção subjetiva das representações cognitivas equivale ao conceito de influência. Uma das dimensões da teoria da mediação é o estudo dessa influência sobre a interpretação que as pessoas fazem do mundo.

Os relatos participam do controle social dos sujeitos porque contêm representações sociais – uma dada proposta de interpretação do que existe e do que acontece no entorno dos sujeitos. A representação social refere-se a temas determinados, fazendo a seleção de dados e oferecendo certas avaliações em vez de outras possíveis. Serve como

²⁵ Tradução livre da autora.

modelo de influência precisamente porque esclarece aos sujeitos quais são as concepções da realidade que o relator distingue entre outras representações alternativas. Pressupõe a legitimidade ante os membros do grupo a quem são destinados os relatos, o que implica que o mediador é um intérprete autorizado e que a interpretação é uma proposta socialmente conveniente de algum ponto de vista.

O produto comunicativo é um objeto cujo valor para o controle social está em colocar a informação elaborada por uns sujeitos à disposição de outros. É o suporte pelo qual é difundido um relato que contém uma interpretação da realidade a ser interiorizada pelos componentes de um grupo, a representação social. Esta é inseparável do produto comunicativo.

Participam do controle social, administrando a produção e a oferta de informação, os meios de comunicação e todas as instituições (família, escola, igreja) ou aparatos (burocracia, forças de ordem) que têm a seu encargo a tarefa de ajustar as práticas sociais às organizações que as regulam (Martín Serrano, 1997, 2004).

Enquanto mediadoras dos processos sociais, as instituições normativas - culturais, políticas, científicas e profissionais -, também podem ser estudadas do ponto de vista da mediação:

- A classe social, como um instrumento de mediação entre a estrutura de produção e as relações de produção.
- A política, como instrumento de mediação entre os recursos e as aspirações.
- A educação, a partir de um certo ponto de vista, como instrumento de mediação entre os recursos e os comportamentos.
- A psicoterapia psicanalítica, como instrumento de mediação entre os instintos e a socialização (Martín Serrano, 2008:72).

Do ponto de vista cognitivo, a mediação [...] *equivalaria a um sistema de regras e de operações aplicadas a qualquer conjunto de fatos ou de coisas pertencentes a planos heterogêneos da realidade, para introduzir uma ordem*²⁶ (Martín Serrano, 2008:71). A introdução de um modelo de ordem para mediar a realidade e a representação dela significa o mundo e é o que há de comum entre os mediadores.

A mediação social é um mecanismo de controle social, cujo exercício supõe um setor produtivo que opera por meios materiais e imateriais, ao qual está destinada uma parte importante e crescente dos recursos sociais, de procedência privada, pública e voluntária,

²⁶ Tradução livre da autora.

investidos em infra-estruturas, serviços e bens para a mediação social, com fins reprodutivos, na medida que são necessários para que o modelo socioeconômico perdure.

Ao mesmo tempo, por parte dos usuários, também há investimentos em equipamentos que a mediação requer, como aparatos audiovisuais e informativos e à medida que pagam ou recebem gratuitamente a ajuda de mediadores especializados frente a situações de derrotas e conflitos. Porém, a mediação é utilizada em todas as situações cotidianas e não somente em situações de crise (Martín Serrano, 2008).

Dentre os mediadores sociais, as instituições que produzem comunicação de massa fazem um trabalho similar aos demais, mas em uma escala e sobre uma população incomparáveis. Martín Serrano apresenta uma concepção dos meios de comunicação que os dota de poder de seleção de objetos de referência da realidade para representá-los, deixando clara a função que os meios têm de mediar o mundo (sistema social) e os espectadores, ouvintes ou leitores (audiências). A tarefa dos meios consiste em estabelecer os marcos de referência adequados para que os agentes sociais se situem nas mudanças sociais (Martín Serrano, 1985, 2008).

Segundo Martín Serrano (2004), a participação dos meios de comunicação na elaboração de uma representação do que acontece no mundo - a mediação comunicativa - começa quando os meios selecionam determinados acontecimentos (objetos de referência) para torná-los públicos, oferecendo à audiência um produto comunicativo que inclui um repertório de dados de referência a propósito daqueles acontecimentos. Estes dados se relacionam conceitualmente entre si de maneira determinada e o resultado é o relato, que é transferido para algum suporte material a ser editado, distribuído e conservado. A representação é construída a partir da informação recebida através dos dados de referência. Desse modo, os meios de comunicação produzem visões de mundo (conjunto de representações da realidade) sobre os acontecimentos selecionados para informar a sociedade.

Essas tarefas comunicativas, diferenciadas das operações de outras instituições mediadoras como a família e a escola, são separadas, para efeito metodológico, em mediação cognitiva e mediação estrutural. Tais operações estão imbricadas em um esforço constante para proporcionar identidade e referências comuns à sociedade (Martín Serrano, 1985).

A mediação cognitiva está relacionada com a função que exercem os meios de comunicação ao selecionar os acontecimentos sociais que serão levados ao conhecimento da sociedade através deles. Propõe dados de referência a partir dos quais essa sociedade deve interpretar o que acontece. Ao elaborar um relato no qual oferece uma versão do que acontece no mundo (um modelo de representação) lida com o conflito entre o acontecer e o crer, ou

seja, entre o aparecimento de novos acontecimentos e a reprodução de normas e valores socialmente compartilhados (crenças das audiências). Cria mitos (tarefa de mitificação) ao reiterar dados de referência familiares no relato do que ocorre. A mediação cognitiva realiza-se na dimensão novidade/banalidade desses dados de referência (Martín Serrano, 2004).

Por mediação estrutural Martín Serrano (2004) entende a função dos meios que faz a apresentação dos dados de referência selecionados, intervindo na dimensão relevância/irrelevância destes. Objetiva “encerrar” o acontecimento em uma forma comunicativa. Quando desenha essa forma, a mediação estrutural enfrenta o conflito entre o acontecer (acontecimentos) e o prever (formas de comunicação dos meios). Aquele tipo de mediação opera sobre os suportes dos meios de comunicação, oferecendo modelos de produção de comunicação às audiências. É onde a mediação cognitiva adquire visibilidade. A mediação estrutural realiza a tarefa da ritualização, ao repetir formas estáveis do relato.

As duas mediações ocorrem ao mesmo tempo em todos os produtos comunicativos e estão destinadas a oferecer segurança - a cognitiva pela mitificação e a estrutural pela ritualização -, sugerindo que as mudanças não afetarão a continuidade do grupo. Ambas as operações mediadoras derivam do jogo entre informação e redundância que sustenta qualquer estratégia comunicativa. A informação oferece novidade, dados de referência, e a redundância ritualiza o existente, contribuindo para a manutenção da sociedade.

Martín Serrano (2009) enfatiza que em todas as sociedades e em todas as épocas, as mediações sociais são utilizadas, seja para ampliar a autonomia ou a dependência dos membros de uma comunidade ou para promover a pluralidade ou a uniformidade das visões de mundo. O que torna a mediação social controladora ou emancipadora é a aplicação que delas fazem as instituições mediadoras.

A teoria da mediação é o paradigma adequado para o estudo da informação que se produz, distribui e utiliza de forma institucionalizada, a comunicação pública. Esta torna-se uma atividade institucional social à medida que certas pessoas e instituições têm reconhecida a função de prover a comunidade de interpretações do que acontece e estas visões do mundo estão legitimadas.

Aquela teoria refere-se à produção social de todo elemento mediador - um objeto, um relato, um rito - ou os produtos comunicativos, os quais reúnem todos esses elementos. Os produtos comunicativos são, assim, somente alguns dos provedores da informação que os receptores utilizam na elaboração de suas representações (Martín Serrano, 2004).

Com base no exposto até aqui, observa-se que o conceito de mediação na perspectiva do controle social está associado ao entendimento da comunicação como transmissão de informação e ao poder de influência direta dos meios sobre o comportamento dos sujeitos. Tal conceito remete ao modelo informacional da comunicação e às teorias da comunicação centradas no meio e na mensagem, como a teoria da agulha hipodérmica. Esse modelo e tal teoria foram abordados no âmbito dos modelos iniciais das relações públicas, no capítulo dois.

Aquele conceito delinea a mediação como um processo de imposição de uma representação da realidade aos sujeitos de um sistema, através de um agente, objeto ou relato, para influenciar e conduzir os modos daqueles interpretarem o mundo e a ele ajustarem-se. O mediador funciona como uma “ligação” entre a realidade e os sujeitos, através daquela representação. Nesse processo, tais sujeitos revelam-se passivos, controláveis e reprodutores das visões de mundo mediadas. De um lado, estão os controladores da informação, que agem *sobre* os sujeitos; do outro, os controlados pela informação. Esta ocupa a centralidade do processo.

Dessa forma, a mediação envolve a seleção e a apresentação das informações que dão forma à interpretação que o sujeito faz da realidade, em consonância com os interesses de um dado sistema. O que difere a mediação das instituições midiáticas das não midiáticas são os suportes das informações: nas primeiras estes são produtos comunicativos, na escola os livros, na igreja as publicações religiosas, por exemplo.

Se considerar-se a relação direta entre a informação do mediador e o efeito desta sobre o sujeito, contida no conceito em foco, a mediação é um mecanismo limitador e condicionador do sujeito, uma vez que enquadra a informação em um determinado e conveniente sistema de ordem, controlando-o. Portanto, a mediação, nesse contexto, envolve a intenção da mudança de comportamentos, circunscrevendo-se em um processo no qual a comunicação e os efeitos desta no emissor e no receptor são assimétricos.

Embora fundamentada na perspectiva do sistema social e suas instituições mediadoras, a mediação na abordagem em questão é um processo operacional que pode ser notado nos sistemas organizacionais, sob o prisma dos interesses e objetivos dos modelos instrumentais das relações públicas, sustentados pela comunicação transmissiva referida.

Assim sendo, os conceitos nos quais se inscrevem a mediação configurada a partir do controle e do ajuste social, no sentido de significar o mundo para os sujeitos, convergem para o objetivo das relações públicas de influenciar a interpretação que os públicos fazem da organização para produzir, através da promoção e da propaganda, os efeitos desejados no

comportamento daqueles, em favor da manutenção e sobrevivência da organização. De um certo modo, nas relações públicas, por uma perspectiva, observa-se a intenção de controlar uma situação através de informações adequadas àquela.

O viés que aproxima o conceito de mediação e as práticas das relações públicas é ampliado no capítulo seguinte, a partir dessa e de outras concepções de mediações, que sustentam uma articulação entre os aportes por um enfoque diverso.

3.2 A mediação sob o prisma da relação entre comunicação, cultura e transformação social

No cenário social e político latino-americano marcado por regimes autoritários, lutas por libertação, surgimento de movimentos culturais e sociais e conflitos ligados ao problema de identidade dos países da América Latina, nos anos de 1980, a comunicação começava a ser pensada a partir da cultura, na perspectiva da sociedade e de como transformá-la.

O novo pensamento contrapunha-se à limitação das teorias da comunicação predominantes até então, pautadas na lógica da produção da mensagem. Com o deslocamento para o cultural, deixava-se de investigar a comunicação sob o prisma dos meios, rompendo-se com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação às tecnologias. Fazia-se frente ao pensamento instrumental que tinha dominado o campo da comunicação desde o seu nascimento (Martín-Barbero, 2002, 2009a, 23009c).

A centralidade dos meios, passividade e dominação na pesquisa acerca dos efeitos dos meios sobre os sujeitos dava lugar à compreensão das lógicas entre as práticas de comunicação e os movimentos sociais, em busca de um modo de pensar a comunicação não mais a partir da psicologia social norte-americana ou da semiótica francesa, mas da vida social e cultural. [...] *O sujeito da comunicação não é o meio, mas a relação. Importante não é o que diz o meio, mas o que fazem as pessoas com o que diz o meio, com o que elas veem, ouvem, leem*[...](Martín-Barbero, 2009c:148).

Desse modo, a problemática da comunicação era transferida para as questões do sentido e do conflito, dos valores construídos historicamente, o que colocava a cultura como grande mediadora da dinâmica da produção comunicativa. O deslocamento metodológico era necessário para rever o processo inteiro da comunicação desde o seu outro lado, o da recepção, das resistências que aí têm lugar e da apropriação a partir de seus usos (Martín-Barbero, 2009a).

O objeto das pesquisas em comunicação era deslocado para os atores sociais e seu papel ativo na produção de sentido, inserindo-se nesse processo as experiências de vida do receptor, não mais como sujeito dominado e reproduzidor de sentidos, mas como produtor de novos significados. Dessa forma, para Martín-Barbero, as mediações articulam a comunicação com as diferentes dinâmicas econômicas, políticas e culturais que estruturam a sociedade.

Sob essa perspectiva, as mediações são

[...]os modos de relação das pessoas com o meio[...]. Tem a ver com a classe social, com grupo familiar, [...]com a região da qual procede ou onde vive, elementos raciais, elementos étnicos, idade[...] [...]há uma maneira individual (de interpretar as mensagens), mas essa maneira individual está impregnada, moldada, por uma série de dimensões culturais, que são coletivas (Martín-Barbero, 2000:154).

O conceito de mediação fica circunscrito, assim, na análise das relações entre comunicação e cultura. Pensar a comunicação a partir das mediações e dos sujeitos implica a investigação das matrizes culturais, dos espaços sociais e das operações comunicacionais dos diferentes atores do processo, o que é sintetizado no que ficou conhecido como o mapa noturno das mediações culturais da comunicação, na década de 1980.

Dele constam três lugares de mediação como pistas para a identificação de fontes de mediação que interferem e alteram o modo como os receptores recebem os conteúdos midiáticos: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural (Martín-Barbero, 2009a).

A cotidianidade familiar é referenciada como o lugar social de interpelação, onde as pessoas se confrontam e se reconhecem. É o espaço das relações estreitas e da proximidade, no qual ocorrem conflitos e tensões, que, reproduzindo as relações de poder da sociedade, faz com que os indivíduos manifestem seus anseios e inquietações.

A temporalidade social é constituinte da cotidianidade e compreende os diferentes tempos de produção e de recepção das mensagens. Refere-se às formas como a TV organiza seu tempo, a partir da mesma matriz cultural do tempo cotidiano. O tempo da cotidianidade caracteriza-se por ser repetitivo e feito de fragmentos e o tempo produtivo é aquele valorizado pelo capital e que pode ser medido em unidades contáveis. Ao inserir-se no tempo da rotina, a televisão inscreve a cotidianidade no mercado. O tempo de organização da programação da televisão contém a forma da rentabilidade.

A competência cultural diz respeito à bagagem cultural que cada um carrega e que concorre para um modo próprio de interpretar e usar o conteúdo da comunicação. É a vivência

cultural adquirida ao longo da vida, por meio da educação formal e das experiências do cotidiano.

Nos anos de 1990, em um momento em que a comunicação se adensa diante da nova tecnicidade, Martín Barbero (2009b, 2009c) inverte o mapa das mediações culturais da comunicação e propõe o mapa das mediações comunicativas da cultura. Para o autor, essas mediações só existem na medida em que o comunicativo se transforma em protagonista da vida cultural e social das pessoas.

Assim,

A mudança foi esta: reconhecer que a comunicação estava mediando todos os lados e as formas da vida cultural e social dos povos. Portanto, o olhar não se invertia no sentido de ir das mediações aos meios, senão da cultura à comunicação - olhar a cultura a partir da comunicação e da política (Martín Barbero, 2009c:153).

Como exemplo, Martín Barbero (2009c) cita a televisão norte-americana como o ator que mostrou o divórcio como direito sociocultural. Fala, também, da presença da problemática da identidade latina nas telenovelas colombianas e da opção das pessoas por ficarem em casa nos fins de semana para assistir a muitos filmes alugados, no lugar de saírem para passear, como expressão daquela mudança.

O lugar de investigação da comunicação muda da cotidianidade (cultura) para o comunicativo, na perspectiva de conhecer o que vem da comunicação: as mediações da sociabilidade, institucionalidade, ritualidade e tecnicidade, configurando um novo mapa das mediações.

A socialidade diz respeito às relações cotidianas nas quais se baseiam as diversas formas de interação dos sujeitos e a constituição de suas identidades. É o lugar da práxis comunicativa e resulta dos modos e usos coletivos da comunicação. Envolve a questão das transformações dos laços sociais (entre os jovens, pais e filhos, casais, por exemplo).

A institucionalidade está relacionada aos meios empregados para a produção de discursos públicos com a finalidade de atender às lógicas dos interesses privados. É uma mediação de interesses e poderes contrapostos que afeta a regulação dos discursos que, por parte do Estado, buscam dar estabilidade à ordem constituída e, por parte dos cidadãos, buscam defender seus direitos e fazer-se reconhecer. A institucionalidade dos meios de comunicação é crescente, já não como aparatos, mas como instituições sociais, de peso econômico, político, cultural.

A ritualidade se refere aos diferentes usos sociais dos meios e aos diferentes trajetos de leitura. Estes trajetos estão estreitamente associados à qualidade da educação, aos saberes constituídos em memória étnica, de classe ou de gênero, e aos costumes familiares de convivência com a cultura letrada, a oral ou a audiovisual. A ritualidade remete ao universo simbólico da comunicação ancorado na memória, e, ainda, aos cenários de interação e repetição de práticas e reprodução das instituições e suas regras.

A tecnicidade delinea-se no cenário da globalização e ancora-se nas singularidades das tecnologias da informação e comunicação, na convergência dos meios (televisão, rádio, telefone, computador). Aponta para os modos como a tecnologia molda a cultura e as práticas sociais. Refere-se ao modo como cada um organiza sua percepção dos meios de comunicação, remetendo à construção de novas práticas, via diferentes linguagens dos meios.

A socialidade e a ritualidade se constituem a partir dos processos midiáticos. A institucionalidade e a tecnicidade dizem respeito ao aspecto técnico da conformação da cultura. No caso da institucionalidade, trata-se da conformação da própria cultura da mídia. No caso da tecnicidade, da cultura do tempo atual, na medida em que ela está imbricada com a cultura produzida institucionalmente pelos conglomerados do setor da comunicação.

A comunicação, a partir da sociabilidade, revela-se uma questão de fins - constituição do sentido e construção e desconstrução da sociedade. Vista a partir da institucionalidade, converte-se em questão de meios, isto é, de produção de discursos públicos, cuja hegemonia se encontra paradoxalmente ao lado de interesses privados.

Já nos anos 2000, Martín-Barbero (2009b) apresenta mais um mapa, diante da reinvenção dos meios com a interface da televisão com a internet, numa interação e contaminação que desestabilizam os discursos próprios de cada meio. No novo mapa, o autor destaca o tempo, o espaço, as migrações e os fluxos virtuais da imagem, para pensar as mediações em tempos de mutações culturais.

As mediações passam a ser transformação do espaço e do tempo, a partir de dois grandes eixos que devem ser pensados conjuntamente - as migrações populacionais e os fluxos de imagens. A questão da transformação da percepção do tempo ocorre pelo uso dos aparatos técnicos. A transformação do espaço é observada no “nomadismo” do internauta, que se desloca de um saber a outro, de uma realidade para outra.

O autor retira do mapa as duas mediações que eram mais sociais, institucionalidade e socialidade, e coloca a tecnicidade e a identidade e a ritualidade ao lado da cognitividade. A nova tecnicidade se coloca como elemento mediador do conhecimento.

Em uma situação que expressa a ligação que faz do movimento da tecnicidade em direção à identidade, Martín-Barbero (2009b) cita o exemplo por ele observado em uma pesquisa realizada em Guadalajara (México) sobre o acesso dos adolescentes à internet, em que constatou que uma grande quantidade de meninas de 15 e 16 anos fabricavam para si uma identidade de homem para escreverem a mulheres da Suécia. As transformações que a identidade cultural tem sofrido, na base da identidade subjetiva, encontram justificativa, segundo ele, na mudança de modelos de conduta – os modelos contemporâneos para os jovens já não são os pais, mas os ginastas, cantores, atrizes, jogadores de futebol.

Martín-Barbero (2009b, 2009c) diz que o novo mapa aponta as chaves da mudança social, em um momento em que se assiste à emergência de um entorno tecnocomunicativo, potente de linguagens, ações e dinâmicas sociais, políticas e culturais. *É um mundo onde somos vistos e vemos. E vemos ativamente. Produzimos visibilidade. Construimos visibilidade para nós e outros. A ideia importante então é o “entorno”, o novo ecossistema* (Martín-Barbero, 2009b:15).

Isso ocorre depois de se viver por milhares de séculos no primeiro entorno, o ecológico ou da natureza - dos animais e vegetais -, e do homem ter criado, outras centenas de séculos depois, a cidade - o entorno institucional, lugar das instituições da família, do trabalho, da religião, da política, do Estado, da sociedade.

Com base nessa orientação teórica, observa-se que a concepção de mediação afasta-se da perspectiva do controle social, da ação de um mediador *sobre* o sujeito, essência do primeiro conceito que se viu, e centra-se na ação *do* sujeito, enquanto ser social e cultural produtor de sentidos, na dinâmica comunicacional. Logo, a mediação não se encerra na “intervenção” de um agente - *ela* é a própria intervenção no processo da comunicação. Ou seja, o sujeito está no centro do processo.

Tal concepção desloca-se do enquadramento das informações pelas instituições mediadoras, ou seja, da perspectiva centrada na produção, e circunscreve-se na totalidade do processo comunicacional, inserindo a agência do sujeito e contextualizando-o em diferentes dimensões. A origem da intervenção no processo da comunicação vai além da oferta de modelos de representação da realidade por um mediador, com a intenção de modelar uma conveniente visão de mundo, já que remete aos contextos anteriores no momento da interpretação, que a moldam e geram sentidos próprios de cada um.

Essa contextualização é observada na configuração do conceito de mediação em mapas que sofrem alterações em consonância com os movimentos dos sujeitos sociais e da sociedade, articulados com as mudanças na comunicação. Tal conceito, porém, mantém, em

sua essência, uma relação transformadora do sujeito, seja pelo olhar da comunicação a partir da cultura ou da cultura a partir da comunicação, permeada pelos contextos tecnológicos – da televisão às novas tecnologias da informação e comunicação. Cada mapa das mediações representa lugares simbólicos onde originam-se os modos próprios dos sujeitos se comunicarem, no nível individual ou institucional, no âmbito da relação entre transformações comunicacionais e culturais.

A partir dessas considerações, pode-se dizer que tal concepção vai ao encontro da mudança do paradigma da comunicação que sustenta as ações das relações públicas. Esse paradigma, como visto no capítulo dois, deixa de ser unidirecional e passa a ser bidirecional. Assim, sob esse prisma, os públicos são interlocutores da organização e não meros reprodutores de sentidos e a construção de relacionamentos substitui a influência à opinião pública. Isso implica a promoção do diálogo entre as instâncias envolvidas (públicos e organização), dar voz aos públicos e buscar o entendimento mútuo, ou seja, práticas comunicativas.

Ora, tem-se que as mediações compõem e intervêm nas práticas comunicativas dos sujeitos e que estas práticas configuram o processo relacional. Por conseguinte, os relacionamentos são conformados por mediações como a interpelação familiar, a vivência cultural, as relações cotidianas negociadas nos cenários de atuação do sujeito. Também atuam na construção dos relacionamentos as mediações dos deslocamentos físicos e virtuais, do acesso e do uso das tecnologias da informação e comunicação, da permanente visibilidade proporcionada por estas e das transformações do sujeito, para citarem-se alguns elementos no terreno do que se disse acima.

Considerando-se essa concepção de mediação e o processo desenvolvido pelas relações públicas, tem-se que a base da construção dos relacionamentos entre uma organização e seus públicos é o planejamento da comunicação entre eles, o que envolve conhecer os interlocutores da organização e seus modos de interpretação. Logo, os relacionamentos são processos associados às mediações, pensamento que amplia-se com o conceito a seguir e no capítulo seguinte.

3.3 A mediação como processo estruturante da comunicação

A partir do conceito de mediação no âmbito da cultura e dos meios de comunicação e da investigação do processo de recepção televisiva, no final da década de oitenta do século passado, começava a ser delineado um modelo de múltiplas mediações, no

qual uma das premissas é que não há uma relação direta entre o emissor, o meio, a mensagem e o receptor.

Desse ponto de vista, toda relação é mediada, [...] *nada está conectado diretamente com nada* [...] *há uma série de mediações que incidem e conformam a interação*²⁷ [...] (Orozco, 2004a:327), o que torna determinante ver os contextos em que as relações ocorrem e não somente as relações em si.

Tal modelo distingue-se dos outros pela inclusão de uma série de fontes de mediação, pertinentes para compreender a relação da audiência com a TV (Orozco, 1996). No que tange esse processo no âmbito deste meio, a TV não se limita a reproduzir outras mediações institucionais, mas também produz as suas próprias mediações e pode usar recursos próprios para impô-las. Ser ao mesmo tempo um meio técnico de produção e de transmissão de informação e uma instituição social produtora de significados, definida historicamente como tal e condicionada política, econômica e culturalmente, é o que diferencia a televisão de outras instituições sociais, como a família ou a igreja (Orozco, 1991a).

A abordagem múltipla da mediação não se refere apenas à existência de formas culturais da televisão, mas à circunscrição destas. O telespectador é um sujeito - um ser em situação - portanto, condicionado individual e coletivamente, que se constitui pelos múltiplos processos interativos e se diferencia como resultado da sua particular interação com a TV e, sobretudo, das diferentes mediações que entram em jogo no processo de recepção. A audiência é composta por sujeitos sociais, históricos e culturais, com destrezas cognitivas, mas também com deficiências analíticas, carências informativas, necessidades de comunicação e de reconhecimento (Orozco, 1997).

A mediação é, assim, um processo estruturante que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência como a criação do sentido nessa interação. Com base nesse conceito, Orozco tem construído uma tipologia com diferentes categorias de mediações, na qual distingue estas como [...] *processos de estruturação resultantes de ações concretas ou intervenções no processo de recepção televisiva*²⁸ [...] (Orozco, 1996:84) e as fontes de mediação como lugares em que se originam os processos estruturantes. Para ele, a mediação se manifesta por meio de ações e discursos, mas nenhuma ação ou significado particular constitui a mediação como tal.

²⁷ Tradução livre da autora.

²⁸ Tradução livre da autora.

Inicialmente, no modelo das múltiplas mediações são categorizadas seis mediações: cognoscitiva, cultural, videotecnológica, de referência, situacional e institucional (Orozco, 1991b).

As mediações cognoscitivas são aquelas que incidem no processo do conhecimento, o qual inclui tanto o processamento lógico da informação, como a geração de crenças e a sua valorização afetiva por parte do sujeito. A recepção da mensagem é mediada pela quantidade e qualidade da informação, pelos conhecimentos e pelos valores do sujeito. A mediação cognoscitiva refere-se ao processo de conhecimento dos telespectadores em sua interação com a programação da TV e não ao processo de apropriação dos fatos sociais realizado pelos meios massivos de informação, como na teorização da mediação social de Martín Serrano.

Numa perspectiva integral da recepção, é possível tematizar esse tipo de mediação como *scripts*. Estes são sequências específicas de ações e discursos, que proporcionam diretrizes ao sujeito para que ele atue de acordo com uma representação daquilo que se espera dele ou do que se pensa ser adequado que ele faça em um dado cenário. Dizem respeito à atuação dos sujeitos e ao consenso cultural ou institucional sobre o que é mais recomendado em cada situação (Orozco, 1991a).

No que se refere à mediação cultural, a cultura a que pertence o sujeito condiciona, em grande medida, as perguntas que guiam a curiosidade cognoscitiva do indivíduo enquanto audiência e também influenciam as suas respostas (Orozco, 1991b).

Quanto às mediações videotecnológicas, Orozco (1991a) evidencia que a TV, como meio técnico, conta com certos recursos para aumentar seu poder legitimador em relação ao telespectador e possui um alto poder de representação, produto de suas possibilidades eletrônicas para a apropriação e a transmissão dos seus conteúdos.

A série de referentes que entram em jogo no processo de recepção, em especial na interação do sujeito com a TV, constituem-se como mediações de referência, sendo a própria cosmovisão familiar ou a orientação da educação referentes importantes para a atuação de uma pessoa quando não está no cenário familiar ou no escolar. Orozco (1991a) aponta ainda o gênero, a idade, a etnia, a origem social ou geográfica e o lugar atual de residência como outros referentes culturais. As mediações de referência incluem todas as características que situam o sujeito em um contexto ou ambiente determinado e que conotam a realidade, fazem estar nela. Desta forma de estar, o sujeito interatua com os meios (Orozco, 2004a).

As mediações situacionais relacionam-se ao modo e às circunstâncias em que as pessoas interagem com os meios de comunicação, ou seja, à situação de recepção. Na

recepção televisiva, trata-se das condições físicas do local, pessoas presentes, valores dominantes nesse grupo, estados particulares de ânimo. Entretanto, transcendem o momento de contato direto com a TV, multiplicando-se de acordo com os vários cenários em que se verificam reapropriações (Orozco, 1991a, 2004a, 2004b).

As mediações institucionais manifestam-se na família, escola, igreja, clubes de esportes, associações de bairro, de militância, nas quais produzem-se significados e cultura e interatua-se com outra série de informações. Tais instituições medeiam a agência do sujeito, através das suas esferas de significação, que são determinadas historicamente pela natureza institucional, objetivos, origem, desenvolvimento e pressões políticas e econômicas a que estão submetidas.

Essas instituições apelam, no processo de socialização do sujeito, a recursos diversos para implementar sua mediação – poder, regras, procedimentos de negociação, condições materiais e espaciais, autoridade moral e acadêmica, os quais as diferenciam de outras instituições. São mediações que vinculam-se aos vários papéis sociais do indivíduo no seu contexto, que levam à concorrência pela hegemonia dos sentidos sociais (Orozco, 1991a, 2004a).

Dessa maneira, a mediação tem origem em diversas fontes: cultura, política, economia, classe social, gênero, idade, etnicidade, meios, condições situacionais e contextuais, instituições e movimentos sociais. Origina-se, ainda, na mente do sujeito, em suas emoções e experiências (Orozco, 1996a).

Para integrar a múltipla mediação que conforma a interação TV-audiência Orozco (1996a) faz algumas alterações nos grupos de mediação referidos anteriormente, apresentando-os como individual (uma fusão da mediação cognoscitiva com a de referência), situacional, institucional e tecnológica (antes videotecnológica). A mediação cultural não foi mais usada pelo autor com essa denominação, por ele entendê-la presente nas demais mediações. De acordo com o autor, trata-se de uma agrupação de mediações não exaustiva nem excludente, mas basicamente analítica, permitindo agrupações sucessivas distintas.

Dentre o segundo grupo de mediações organizado pelo autor, considerando-se a fusão apontada, cabe dizer que a mediação individual surge

[...]a partir do sujeito, seja como indivíduo com um desenvolvimento cognoscitivo e emocional específico, seja como membro social de uma cultura; em ambas as situações a “agência” do sujeito social-individual se desenvolve em diferentes cenários (Orozco, 1996:85).

As mediações individuais dizem respeito àquelas que provêm da própria individualidade dos sujeitos enquanto seres que produzem significados comunicativos,

inseridas em meios culturais concretos: capacidades, história, condicionamentos genéticos e culturais específicos, que se articulam com particularidades como sexo, etnia, origem social ou geográfica. Sobre a condição genética que estrutura a capacidade cognoscitiva do sujeito atuam componentes socioculturais, que estabelecem o que é relevante para ser conhecido.

A produção de sentido que o telespectador realiza depende, então, da combinação particular de mediações em seu processo de recepção. Combinação que, por sua vez, depende dos componentes e recursos de legitimação, por meio dos quais se realizam cada uma das mediações. É possível que um tipo de mediação ou uma combinação delas predomine, que as mediações reforcem-se mutuamente, quando compartilham percepções de mundo e aspirações sociais, ou neutralizem-se, nas situações que provêm de instituições sociais muito diferentes e que não mantêm muito em comum com relação às suas respectivas “esferas de significação” (Orozco, 1991a).

Tendo em vista a combinação de mediações, o referido processo é altamente sociocultural e não está circunscrito ao momento preciso de contato direto entre TV e audiência, mesclando-se com a vida cotidiana, no qual intervêm múltiplos condicionamentos situacionais, culturais, estruturais, racionais e emotivos (Orozco, 1996). São combinações dinâmicas que [...] *permitem apreciar “de onde” se outorgam os sentidos aos processos de comunicação em torno dos meios*²⁹[...](Orozco, 2001:162). A noção de multimedias é a base da compreensão da produção dos sentidos sociais, entre outras razões, pelo fato das pessoas ocuparem diferentes posições sociais.

Para entender melhor a relação do sujeito com a TV, Orozco (2001), no início dos anos 2000, repensa o modelo de multimedias e propõe as micromedias e as macromedias, classificando nestas categorias as mediações já apontadas por ele em trabalhos anteriores.

Uma premissa da nova proposta é a transformação que as audiências vêm sofrendo nos últimos anos, frente ao poder da televisão, ao mesmo tempo em que tornam-se múltiplas – são audiências dos meios e das tecnologias de informação.

O primeiro conjunto de mediações, as micromedias, provém do plano individual dos sujeitos-audiência na condição de indivíduos particulares, com características próprias, algumas, inclusive, únicas e irrepetíveis, produtos de sua herança genética, de seu desenvolvimento e trajetória pessoal, de sua aprendizagem anterior e das peculiares apropriações de suas experiências, assim como de suas visões frente e além da televisão. No

²⁹ Tradução livre da autora.

terreno das micromediações, Orozco (2001) propõe a existência de duas instâncias: a televidência de primeira ordem e a televidência de segunda ordem.

A primeira se dá frente ao televisor, com ou sem a concorrência de outros televidentes. É um processo especialmente submetido a mediações situacionais e de várias outras anteriores ao momento de estar frente ao televisor, o que também o torna um produto de decisões prévias. Envolve a classe, a etnia, a localização geográfica, a escolaridade, o gênero, os cenários que configuram os contextos das audiências.

Contextos são entendidos no sentido mais amplo – do situacional relativo ao momento de ver televisão aos simbólicos, institucionais, sociais, políticos, econômicos e culturais. Desse modo, a televidência - processo de ver televisão -, por mais que pareça individualizada, é um processo culturalizado, contextualizado e suscetível de transformação.

A televidência de segunda ordem ocorre para além do televisor e remete às mediações institucionais e individuais, uma vez que as outras instituições e a essência de cada indivíduo são fundamentais para a apropriação ou rejeição de uma mensagem televisiva. O processo de ver televisão transcorre por diversos cenários, nos quais os televidentes, ao manterem um contato com o referente televisivo, apropriam-se, reproduzem, negociam, resistem ou aceitam os sentidos propostos pela televisão e constroem e reconstróem os seus próprios.

Sobre as macromediações, além das mediações individuais, situacionais e contextuais que conformam a televidência, há aquelas que se manifestam em seus cenários diretos. São as identidades individuais e coletivas do sujeito-audiência, que configuram o processo de televidência em direções particulares; as percepções, um processo cognoscitivo múltiplo frente aos referentes televisivos, pelos quais os sujeitos-audiência definem a seu modo os sentidos de diversos programas televisivos, ainda que contrariando os sentidos outorgados pelos produtores e emissores.

A terceira macromediação, a mediação institucional da televisão, constitui um conjunto crescente e variável de mediações. O estabelecimento das agendas de discussão das sociedades e países é uma das suas manifestações. Como toda indústria cultural, a televisão se insere socialmente com uma especificidade política, econômica, cultural, mercantil.

A televisão, como meio técnico e instituição mediadora, põe em cena muitos roteiros mentais, transformando-os, fazendo-os caducar, revitalizando-os e introduzindo novos. É neste sentido que pode exercer uma mediação nas atividades das audiências, criando estereótipos ou privilegiando modelos que são predominantes em outros contextos, lugares e

culturas ou, simplesmente, promovendo a importância de alguns padrões e a exclusão de outros, legitimando-os e naturalizando-os.

A televisão modifica os vínculos entre os sujeitos sociais, seu entorno e as fontes clássicas de informação como as instituições políticas, educacionais e culturais, autoridades e poderes instituídos. Faz isso ao invadir os modos de percepção, apropriação, produção e circulação de saberes, dos conhecimentos, dos juízos, das atitudes e dos pensamentos e ao transformar os usos sociais do que as audiências percebem, apropriam e produzem.

As audiências encontram-se inseridas em diferentes instituições e institucionalidades. As últimas macromediações são, portanto, as instituições mediadoras, onde se realiza o intercâmbio social, político, econômico e cultural cotidiano das audiências com seu entorno: instituições de trabalho, escolar, religiosas; enfim, as instituições das quais as audiências participam.

Inscrito na dimensão estruturante da comunicação, associada aos contextos de interação e constituição dos sujeitos, tal conceito de mediação desenha-se no universo simbólico da produção dos sentidos, a exemplo da concepção anterior. Entretanto, a categorização das mediações desenvolvida permite melhor aplicação do conceito, o que conduz à adoção da teoria das múltiplas mediações como a principal referência para a construção da metodologia de investigação das mediações nesta tese, sem que se desconsiderem os pressupostos da concepção de Martín-Barbero, base para aquela teoria.

Considerando-se que a mediação é um processo do sujeito e complementando-se o que já se disse sobre o planejamento da comunicação no campo das relações públicas, no prisma da concepção de mediação em foco, identificar os públicos de uma organização implica conhecer os contextos onde esses grupos se formam. A investigação dos públicos pode conduzir à compreensão dos modos como ocorrem os relacionamentos institucionais, ampliando-se, assim, os recursos dos quais se valem as relações públicas no planejamento da construção do processo relacional com cada público, em direção ao entendimento mútuo pretendido.

No que tange os contextos onde os sujeitos constituem suas mediações, estão, ainda, as organizações, que atuam como fonte de mediações através de suas esferas de significação. Estas comportam elementos próprios da institucionalidade da organização – missão, valores, cultura. Desse modo, a questão das mediações envolve a dimensão institucional das relações públicas.

Após o exposto, pode-se dizer que delineam-se aqui duas concepções distintas, porém, complementares sobre as mediações: a primeira, centrada na teoria da mediação social

de Martín Serrano, localiza-se no campo operacional de ação de um agente mediador sobre um sujeito mediado, com o objetivo de influenciar a interpretação deste sobre o mundo, conduzindo-o neste. A segunda, em uma combinação das teorias de Martín-Barbero e Orozco, posiciona o sujeito como condutor do processo de produção e interpretação da comunicação, a partir de material simbólico produzido, acumulado, compartilhado e renovado por ele. Dessa maneira, à medida que as mediações são geradas nos contextos de interação dos sujeitos e isso envolve instituições/agentes de diversas naturezas, a ação mediadora do primeiro conceito confunde-se, de um certo modo, com o conceito de fonte de mediações do segundo.

Chega-se à concepção que sustenta a elaboração do recurso teórico metodológico que orienta esta tese: as mediações são um complexo conjunto de fatores socioculturais intervenientes e estruturantes da comunicação, originados nos contextos onde os sujeitos, ao longo da vida, interagem e constituem-se como seres individuais e sociais, e que, combinados, repercutem na construção, compartilhamento e renovação dos sentidos elaborados por aqueles sujeitos. Representam os modos singulares como tais sujeitos interpretam e produzem suas mensagens, como efeito de suas trajetórias e vivências, ao mesmo tempo que nestas também interferem.

Embora originados e predominantemente desenvolvidos no terreno da investigação sobre a recepção da mensagem da televisão, tais conceitos são aqui tomados emprestados dessa área e adaptados para a observação dos relacionamentos como processos mediadores e mediados, o que se faz no capítulo a seguir.

4 OS RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS NA PERSPECTIVA DAS MEDIAÇÕES

A premissa que orienta este capítulo é o entendimento que os relacionamentos, por sua configuração de processo comunicativo, são processos mediados e mediadores. Tal premissa é aqui fundamentada a partir do quadro teórico das mediações, construído no capítulo três, de modo articulado com as teorias das relações públicas, apresentadas nos capítulos um e dois.

Os conceitos que conduzem à mediação dos relacionamentos são novamente evocados e comentados na análise dos dados da investigação, no estudo empírico da tese, dessa vez no plano do estudo de caso realizado.

Neste capítulo, inicialmente, traça-se um paralelo entre a concepção de mediação na perspectiva do controle social pela informação e as primeiras práticas das relações públicas. Prossegue-se com a articulação da abordagem da mediação no campo da produção de sentidos aos conceitos da construção dos relacionamentos entre uma organização e seus públicos estratégicos, próprios da perspectiva estratégica daquela área. Demonstra-se de que forma ambas as concepções de mediação atravessam a área das relações públicas e a configuração dos relacionamentos. Desenha-se, ainda, uma situação exemplificativa, com base em dados coletados na investigação empírica da tese.

Para efeito de contextualização da contemporaneidade, no segundo item do capítulo, aborda-se o paradigma da comunicação em rede, nas dimensões das redes sociais e da visibilidade permanente em que se vive hoje, que tanto repercutem nas formas dos sujeitos relacionarem-se, nos ambientes *on line* e *off line*, como no conjunto de variáveis mediadoras dos relacionamentos, complementando-se a fundamentação da premissa referida.

4.1 Relacionamentos institucionais: processos mediados e mediadores

A mediação, no primeiro conceito abordado no capítulo anterior, no âmbito do controle social, é delineada como um processo que ocorre *entre* dois polos, por iniciativa de um deles, no caso, instituições mediadoras (midiáticas ou sociais). Estas, através da seleção e da transmissão de informações, oferecem formas particulares de representação da realidade na qual os sujeitos desenvolvem sua existência, com a intenção de promover ajustes em direção à estabilidade do sistema social (Martín Serrano, 2008). Tem contornos de uma atividade de intervenção autorizada.

Nessa abordagem, o caráter instrumental da mediação distingue aqueles dois polos em emissor e receptor: a mensagem do primeiro influencia a interpretação e o comportamento do segundo, que torna-se reproduzidor das visões de mundo moldadas pelas informações do primeiro, selecionadas de acordo com interesses determinados.

Transpondo-se essa concepção para o campo das relações públicas como atividade mediadora, é possível associá-la aos modelos da área pertinentes ao paradigma simbólico-interpretativo (Grunig, 2009b). Tais modelos objetivam influenciar a interpretação dos públicos de uma organização, de forma persuasiva e manipulativa, e manter o *status quo*. Nesse sentido, oferecem àqueles públicos uma realidade fragmentada, emoldurada por matérias específicas e favoráveis à organização, através, principalmente, dos meios de comunicação de massa.

Isso implica dizer que, de uma certa forma, as relações públicas, na perspectiva da comunicação unilateral, administram a produção e a oferta das informações organizacionais e medeiam a realidade dos públicos, atribuindo-lhes sentidos convenientes e orientando aqueles públicos em sua relação com a organização e com o mundo. As relações públicas pressupõem-se legítimas em suas ações.

Sob esse prisma, as relações públicas tornam-se um sistema de ajuste e controle dos públicos, cujos comportamentos afetam a existência e a coesão organizacional, como parte de um setor produtivo em favor de certos interesses do terreno privado ou do governamental.

A operacionalização da mediação na concepção acima vai ao encontro dos propósitos das relações públicas de adequar a comunicação entre organização e públicos, a partir da interpretação destes às ações daquela, para evitar ou dirimir conflitos provocados pelo antagonismo de interesses entre eles, os quais repercutem na vida, lucratividade e sobrevivência organizacional.

É o que se observa na atuação profissional da área no início do século XX, quando empresários norte-americanos, no cenário de denúncias de corrupção e exploração dos empregados que se viu no primeiro capítulo, através das relações públicas, ofereciam à população uma interpretação da situação de forma favorável aos fins em questão, com vistas a influenciar a opinião pública de modo a não prejudicar os seus negócios. Um exemplo decorrente desse cenário encontra-se nas ações empreendidas por Ivy Lee para mudar a imagem do empresário John D. Rockefeller.

Outra situação semelhante, nesse panorama, foram as ações de relações públicas por ocasião da I Guerra Mundial, com o objetivo de convencer a população norte-americana

da necessidade do país entrar no conflito e, ainda, de gerar mudanças de comportamento no âmbito familiar, econômico e social da população, em favor da Guerra. O governo dos Estados Unidos da América, através do Comitê de Informação Pública, a quem cabia tal responsabilidade, assumia a função de mediar as interpretações desejadas e necessárias àqueles objetivos, com o apoio do “poder” dos meios de modelar a “opinião pública”.

A mediação configurada nos moldes do ajuste e do controle pela informação converge para a máxima dos primórdios das relações públicas “O público deve ser informado”, cuja intenção era, na verdade, de influenciar a “opinião pública”, em um processo que não incluía qualquer racionalidade. Nota-se que, no contexto delineado, a opinião pública não se refere somente a questões de interesse público (bem-estar geral), mas de interesse privado, o que conduz à concepção de “opinião-não-pública” vista em Habermas (2003).

O controle e o ajuste pela mediação também são observados quando as relações públicas adotam os conhecimentos das ciências sociais, no sentido de compreender a opinião pública, a motivação e o comportamento dos públicos, e também métodos de persuasão para modificar os pontos de vistas desses (Bernays, s/d). Por trás desses aportes, está o propósito da atividade de fazer (parecer) coincidir os interesses da organização com os interesses dos públicos.

No campo das relações públicas, na perspectiva referida, a opinião pública é concebida como um agregado de opiniões individuais (Bernays, 2008a), cuja formação é influenciada por “forças externas”, como a família e a escola (consideradas instituições mediadoras pela concepção em questão), com ênfase, porém, para as instituições midiáticas.

Tal ênfase coaduna-se com o entendimento que as instituições midiáticas fazem a mediação entre o sujeito e o mundo de maneira ampliada, pelas próprias características dos meios de selecionar objetos de referência e oferecer um conjunto de representações da realidade para situar o sujeito no sistema social, em um processo que envolve a mediação cognitiva e a mediação estrutural (Martín-Serrano, 2004).

No terreno dos meios de comunicação de massa, a função das relações públicas é de intervir na agenda midiática de forma a nela inserir os interesses da organização em questão, introduzindo, transformando, renovando temas, ou seja, impondo representações convenientes da realidade. Pode-se dizer que, nessa dinâmica, paralelamente, as relações públicas implementam outra forma de mediação, junto àqueles meios, o que em geral, é denominado de relacionamentos (termo erroneamente usado, se dentro dessa concepção limitada e limitadora de mediação) com a mídia ou assessoria de imprensa.

No processo de informação e influência, as relações públicas também recorrem aos chamados veículos de comunicação dirigida (Andrade, 1993), ou seja, direcionados para públicos específicos, nos quais é possível realizar a mesma operação, em termos de oferecer modelos pré-concebidos da realidade.

Para além do uso dos meios de comunicação, observa-se, ainda, a dimensão mediadora das relações públicas, na linha dessa orientação teórica, no caso do já citado exemplo das campanhas de “empregado padrão”, que o “encaixam” em modelos de comportamento adequados ao equilíbrio organizacional, os quais servem de referência para os demais empregados. Há, também, as publicações empresariais, que seguem a lógica seletiva da mediação comunicativa e de impor representações da realidade.

A crença no poder mediador dos meios e de influência pela informação, no campo das relações públicas, analisada no quadro acima, está representada no modelo de persuasão denominado “*The Engineering of Consent*”. Este equipara o planejamento da comunicação entre uma organização e seus clientes à precisão do processo dos cálculos da engenharia e apoia-se no pensamento que as pessoas são sugestionadas, de forma linear, pela informação que recebem dos meios de comunicação (Bernays, 2008a).

A implementação de tal modelo objetiva o desenho de estratégias mais eficazes no exercício da influência da organização sobre os públicos. Ancora-se na investigação dos públicos, por meio de técnicas das ciências sociais, como base para definir os temas e o uso dos meios e identificar os líderes capazes de influenciar os públicos. Nesse processo, as relações públicas emprestam aos interesses privados uma autoridade de objeto público e engendram um consenso em busca da aceitação de ideias, pessoas, produtos (Habermas, 2003), dotando a organização mediadora de um caráter legítimo para a oferta de referências a um dado grupo.

A adoção de tais técnicas para o conhecimento dos públicos compõe o objetivo de identificar a predisposição dos públicos para receber, modificar ou rejeitar o conteúdo da mensagem da organização (Cutlip e Center, 1964), em busca da aceitação dos pontos de vista desta. Trata-se de um processo de modelagem, à semelhança do conceito de mediação em questão, no qual a agência comunicativa reside no mediador (emissor) e o *feedback* dos públicos é utilizado para controlá-los.

A seleção e a apresentação das informações, nessa dinâmica, são condicionadas aos interesses em jogo, o que as limita e conduz à associação da mediação das relações públicas, em tal contexto, a uma atividade que impõe limites ao que pode ser dito e determina como fazê-lo, por meio de um sistema de ordem (Martín Serrano, 2008).

Nesse caso, as relações públicas são uma ferramenta eficaz para a manutenção do *status quo*, cujas ações, em uma dimensão tático-operacional da atividade, estão impregnadas pelos preceitos abordados, configurando o caráter mediador da atividade na perspectiva da concepção em foco. Contudo, considerando-se tal concepção, pode-se dizer que as ações de relações públicas empreendidas não constroem relacionamentos, como se entende nesta tese, ou seja, na dimensão da reciprocidade de interesses e da interlocução. Inserem-se, exclusivamente, no campo da divulgação e da promoção e têm caráter persuasivo.

A dimensão da reciprocidade da comunicação nas práticas da atividade, entretanto, é introduzida no conceito das relações públicas da década de 1950, embora mantivesse o objetivo de influenciar a opinião pública (Cutlip e Center, 1964). O cenário social de então comportava grupos de pressão, à qual a organização devia ajustar-se e adaptar-se, segundo os pressupostos da área. Estes indicavam, também, a necessidade da atividade garantir os fluxos de opiniões representativas dos vários públicos e a mutualidade de interesses entre eles e a organização.

Na investigação dos públicos, nascia a preocupação em conhecer as variáveis intervenientes, inclusive semânticas (significados das palavras), no relacionamento dos públicos com a organização, ou seja, sinalizava-se para a intervenção de outras variáveis na interpretação que os públicos fazem da organização.

À medida que os públicos começam a ser investigados de forma situada no contexto social em que atuam, em que pese os resultados da investigação serem usados para compatibilizar opiniões, promover aceitação pública e evitar conflitos com a organização, através das práticas já citadas, notam-se indícios de um entendimento, embora embrionário, que a comunicação entre a organização e os públicos não ocorre de modo direto, sem intervenções de ordens diversas. Observa-se, ainda, que os meios de comunicação são somente alguns dos provedores da informação que os receptores utilizam na elaboração de suas representações (Martín Serrano, 2004), o que associa-se à referida intervenção de variáveis nos relacionamentos.

Tais indícios apontam uma primeira aproximação dos conceitos de mediação no campo da produção de sentidos com a premissa desta tese que os relacionamentos, por serem viabilizados pela comunicação, são mediados, além de mediadores.

Esses conceitos fundamentam-se na agência do sujeito no processo comunicacional, enquanto ser social e cultural, nos quais o caráter interventor da mediação circunscreve-se no sujeito (receptor) e no processo em si e não mais no emissor. Segundo

aqueles, a mediação não é algo operacional e sim processual e estruturante da comunicação, à medida que associa a interpretação das mensagens a variáveis diversas.

No processo de apropriação, negociação e resistência aos sentidos, os sujeitos apelam a materiais simbólicos próprios adquiridos e reelaborados ao longo de sua vida, contextos, diferentes posições sociais e lugares de fala que ocupam, moldados, porém, na sociabilidade cotidiana da interação social. As mediações compreendem sub-processos no processo maior da comunicação, associados aos cenários de vivência e práticas dos sujeitos. Nesse sentido, a interpretação da comunicação é individual, mas impregnada de dimensões culturais, que são coletivas (Martín-Barbero, 2000).

As mediações referem-se a um conjunto de fatores socioculturais estruturantes, individuais e coletivos do sujeito - da origem étnica e geográfica aos movimentos sociais e culturais e às tecnologias da comunicação -, em uma multiplicidade de tipos, como visto nas teorias das mediações. Constituídas a partir de material simbólico de várias ordens, dizem respeito aos modos próprios dos indivíduos comunicarem-se e interagirem na sociedade, em uma dinâmica reveladora da sua história, experiências, entornos, na qual as combinações e os resultados são particulares a cada um.

Dessa forma, esse conjunto de variáveis mediadoras, capaz de gerar diferentes interpretações para a mesma mensagem, associa-se à comunicação como processo de transformação de um sistema por outro (Wolf, 2003). São variáveis permanentemente transformadas e transformadoras - do próprio sujeito e do processo comunicativo.

Considerando-se, então, que a comunicação não ocorre de forma linear - não está restrita à relação entre o emissor e o receptor em si, já que entre eles circulam elementos interventores -, tal relação é, portanto, não somente mediadora como mediada. Esse entendimento pode ser estendido ao processo relacional objeto das relações públicas, cuja base é a comunicação. Assim, todo relacionamento entre uma organização e seus públicos é mediador, um processo de ligação entre eles, impregnado de sentidos, podendo nele haver a predominância do mediador *sobre* o mediado como se viu no primeiro conceito. Também é um processo mediado por aquelas variáveis intervenientes, próprias dos sujeitos envolvidos.

Apesar da comunicação ser o processo que orienta as relações públicas em todos os modelos praticados, é a concepção comunicacional bidirecional do paradigma estratégico, focado na construção de relacionamentos entre uma organização e seus públicos, que conduz à articulação desses processos com o conceito de mediação no campo do simbólico. Isto porque implica a introdução do diálogo, da perspectiva do receptor e das contingências que envolvem o processo comunicacional. Trata-se, portanto, do abandono da relação estímulo-

resposta da comunicação linear e da concepção do sujeito como reprodutor de modelos pré-concebidos, o que diferencia os relacionamentos das práticas iniciais das relações públicas.

Com isso, muda a função mediadora das relações públicas, já que o entendimento mútuo substitui a persuasão, pelo qual pretende-se que a comunicação produza efeitos equilibrados sobre a organização e os públicos, em que pese permaneça o propósito da preservação organizacional, porém, dentro das condições de equilíbrio de interesses.

Construir relacionamentos envolve não só mudanças no comportamento dos públicos, como naquelas práticas iniciais, mas também a adequação dos comportamentos da organização, em atendimento ao equilíbrio de interesses dela e dos públicos (Grunig, 2009b), já que os relacionamentos, ou a comunicação, representam uma dinâmica de impactos mútuos. Viu-se nas teorias das relações públicas, no capítulo dois, que públicos e relacionamentos configuram-se a partir da mutualidades de impactos.

O conceito de relacionamento institucional como processo mediado coaduna-se com aquela concepção transformadora da comunicação (Wolf, 2003), subentendendo a geração de efeitos, temporários ou permanentes, entre as instâncias envolvidas. Lembra-se aqui os critérios lógicos de França (2004), segundo os quais, de tais relacionamentos decorrem a constituição, a viabilização ou a manutenção, a promoção institucional ou mercadológica ou a interferência dos públicos sobre a organização e seus negócios, o que representam, por um certo viés, aqueles efeitos.

Observa-se, então, o relacionamento institucional como um processo realizado pela comunicação, mediador entre uma organização e seus públicos, presencial ou virtual, interpelado (mediado) por variáveis socioculturais. Estas variáveis tanto são manifestadas pelos públicos, como geradas pela organização, e significam aquela interação e por esta são (re)significadas. É um processo que envolve interesses mútuos, a partir dos quais criam-se e/ou fortalecem-se vínculos entre os envolvidos. Ocorre na configuração de uma rede, considerando-se os outros processos relacionais dos quais organização e públicos fazem parte e os impactos que geram naquela interação.

Esse conceito vem ao encontro dos pressupostos teóricos das relações públicas, segundo os quais a investigação dos públicos é o ponto de partida para o planejamento da construção e gestão dos relacionamentos entre organização e públicos, ou seja, da melhor forma de comunicação entre eles. Comporta o conhecimento do perfil e dos comportamentos daqueles e da origem dos relacionamentos, os quais impactam os interesses da organização. Aquele conceito abrange, ainda, o reconhecimento de cenários, ameaças e oportunidades e de problemas relacionados com a comunicação e com a imagem da organização.

A investigação dos públicos circunscreve-se no terreno dos valores, crenças, tradições, trajetórias, hábitos, identidades – variáveis multidimensionais que interpelam a comunicação com a organização, ou seja, os relacionamentos institucionais, na perspectiva das mediações em foco. Compreende, assim, a leitura dos contextos - espaços de interação e compartilhamento simbólico -, nos quais os sujeitos dos públicos constituem-se, situam-se e atuam, e que os medeiam e os diferenciam.

As mediações comparecem nos fluxos de comunicação que conformam a interação organização-públicos, intervindo nos relacionamentos, moldando-os e influenciando na natureza destes. Por exemplo, podem ser amistosos, conflituosos, de submissão, de dependência. Afetam, também, a continuidade ou descontinuidade dos relacionamentos. Assim, estes são mediados, já que sofrem intervenções, e mediadores, no terreno da interação.

Ora, se variáveis mediadoras intervêm nos relacionamentos, ou seja, se estes são mediados, é possível identificarem-se as mediações, como material simbólico, no processo de investigação dos públicos de uma organização. As mediações tornam-se visíveis na caracterização do perfil dos públicos, no campo individual, em categorias como idade, sexo, escolaridade, por exemplo. Também são observáveis no plano da sociabilidade, nos cenários de vivências e interações – família, escolas, instituições em que os sujeitos exercem múltiplos papéis sociais, redes sociais de relacionamentos, movimentos organizados, consumo dos meios de comunicação, dentre muitos.

As mediações identificadas originam-se em tempos diversos e em fontes do contexto familiar, social, econômico, educacional, tecnológico, institucional, midiático (como se abordou anteriormente e ampliar-se-á no estudo empírico desta tese, no capítulo sete, no âmbito do estudo de caso realizado).

A contextualização dos públicos e dos relacionamentos, nesse prisma, revela as condições em que o processo relacional se edifica e os sentidos que circulam nos espaços de interação e de trocas dos públicos. Aquelas condições e sentidos são determinantes para a consecução dos objetivos organizacionais de entendimento mútuo e equilíbrio de interesses. As categorias de mediações constituem, assim, variáveis de observação no processo e planejamento das relações públicas.

No que tange as fontes das mediações, a própria organização em que se implementa o referido processo, através da sua esfera de significação, gera mediações que estruturam a sua comunicação e medeiam a agência dos públicos.

Esse quadro converge para a dimensão institucional das relações públicas (Kunsch, 2003), ou seja, para a função estratégica de compartilhamento e fortalecimento dos

atributos organizacionais - missão, visão, cultura, valores, práticas -, por meio de uma comunicação que lhes dê visibilidade e posicione publicamente a organização. São atributos que constituem as esferas de significação dessa, nas quais sustentam-se a geração das mediações e a função mediadora da organização, considerando-se o conceito de mediação no campo do simbólico.

No processo de comunicação e, portanto, nos relacionamentos institucionais, a organização mobiliza aquelas esferas em um esforço de tornar suas mediações predominantes, de imprimir sentidos convenientes, de legitimar seus interesses. Tais esferas associam-se, assim, à aceitação, credibilidade, reconhecimento e sobrevivência da organização.

Nesse sentido, a organização delinea estratégias focalizadas na visibilidade do que interessa e é pretendido, cria oportunidades de comunicação e de relacionamentos com públicos estratégicos, ocupa espaços na sociedade. Trata-se de um processo em que o conceito de fonte de mediação pode associar-se à primeira concepção de mediação que se abordou, na perspectiva do controle e intervenção, à medida que pode compartilhar informações enquadradas em modelos de ordem. O conceito de modelo de ordem equivale ao modo estabelecido de entender-se com o mundo (Martín Serrano, 2008), que favoreça a instituição mediadora.

Dessa maneira, o posicionamento público da organização, latente nesse processo, remete, de uma certa forma, para a questão dos modelos de representação e da estabilidade social, no caso, organizacional.

Com base nos aportes teóricos demonstrados até aqui, desenha-se abaixo uma situação ilustrativa. Nela, faz-se a articulação conceitual das mediações, como elementos que medeiam os relacionamentos institucionais, com a gestão do processo relacional entre uma organização e seus públicos estratégicos.

Tal situação ancora-se em um recorte do estudo empírico, adaptado para este momento, realizado na terceira parte desta tese sobre os relacionamentos entre um determinado segmento do público “alunos” e uma universidade pública brasileira. Com esse exemplo pretende-se mostrar a sistematização das categorias de mediações como variáveis de observação daquele público e dos relacionamentos. Inicialmente, procede-se a uma caracterização geral e ilustrativa da instituição, que será detalhada no capítulo cinco, e dos alunos, caracterizados com mais pormenores no quadro de referência do capítulo seis, brevemente comentado abaixo.

A caracterização que se faz aqui e nos capítulos citados só foi possível graças a uma investigação preliminar junto a uma amostra do referido público, através da aplicação de

um questionário, da realização de um grupo focal e da análise de documentos institucionais, tendo-se como objetivo geral a observação dos relacionamentos entre eles e a universidade em questão, sob o prisma das mediações. A elaboração dos instrumentos de coleta referidos fundamentou-se nos mapas das mediações de Martín-Barbero e na teoria das múltiplas mediações de Orozco.

O público em questão é composto por estudantes predominantemente de origem negra, em situação de vulnerabilidade econômica e social, oriundos ou filhos de pais oriundos de pequenas cidades do interior, estes, em geral, agricultores e com baixa escolaridade. São jovens egressos de escolas públicas, que ingressaram na universidade graças ao sistema de reserva de vagas, por meio de cotas sociais e/ou raciais (abordadas no capítulo cinco) e que dependem de auxílios financeiros oferecidos pela instituição para manterem-se, permanecerem nela e concluírem seus cursos.

No que se refere à universidade, esta tem 46 anos de existência e é a maior na categoria em um dado Estado brasileiro, com graves problemas sociais e econômicos. Para compor o perfil institucional, dentro do objetivo do exemplo, descrevem-se alguns elementos próprios da sua esfera institucional, os quais diferenciam-na de outras instituições e manifestam-se e interferem em suas comunicações e relacionamentos: a condição de instituição pública e gratuita; a legislação a que está submetida; os rituais acadêmicos; as ações de ensino, pesquisa e extensão; o *status* de produtora de conhecimento científico; a autoridade científica e política dos dirigentes; a titulação do corpo docente; a estrutura espacial, material e tecnológica; as políticas de comunicação; a presença na mídia; o prestígio do qual goza na comunidade.

No âmbito dessa cenarização, através de um fato que reconfigurou as universidades brasileiras na última década, lembra-se o que diz Luhmann (1997) quanto à seleção de elementos do ambiente por um sistema, à medida que esses elementos fazem sentido para sua função sistêmica. Como se comentou ao se mostrar a teoria desse autor, no item 1.2.1, as mudanças sociais alteram os sistemas (as organizações, por exemplo), os quais respondem àquelas mudanças.

No exemplo em questão, refere-se à adoção do sistema de cotas sociais e raciais, como uma demanda social, a qual representa, com base em Luhmann, uma seleção do ambiente que interessa à função do sistema universidade. Por esse entendimento, o sistema de cotas torna-se fonte de mediações, compondo a dimensão institucional do sistema universidade. Desse modo, a reserva de vagas, através das cotas, incorpora-se ao panorama aqui desenhado.

Destaca-se tal questão por ter sido esse sistema de reserva de vagas o recurso que viabilizou o acesso do grupo em análise ao ensino superior, o que, independente de outras variáveis, já o diferencia de qualquer outro grupo de estudantes da mesma instituição.

Na esteira do que se disse acima sobre as seleções do ambiente pelo sistema universidade, pode-se, ainda, considerar, as legislações educacionais, diretrizes governamentais, políticas econômicas, descobertas científicas, empreendimentos na região onde se localiza, perfis sociodemográficos, necessidades do mercado (novas profissões e perfis profissiográficos), por exemplo.

A partir desse quadro ilustrativo, reúnem-se, abaixo, as variáveis de observação das mediações do público em questão, também organizadas com base em Martín-Barbero e Orozco. As variáveis de observação são adaptadas à situação de pesquisa, no que se denomina de “contextos de observação das mediações”, terminologia que se adota nesta tese para o agrupamento de tipos de mediações associadas aos espaços de interação e compartilhamento simbólico de um certo segmento de público de uma dada universidade. Isso implica dizer que os contextos são aqui entendidos como espaços de relações, nos quais se formam modos próprios de apropriação da realidade, a partir de materiais simbólicos elaborados e reelaborados pelos sujeitos ao longo de sua existência e onde ocorrem a produção e a circulação dos sentidos.

Considera-se que o agrupamento de mediações orienta a caracterização de um público e a análise de uma situação, no caso, os relacionamentos entre esse grupo e uma universidade. Em seu conjunto, tal agrupamento contém elementos do sujeito individual e do sujeito social, originados nos cenários que compõem os contextos do público em foco e em suas experiências e emoções. As mediações, assim, podem constituir-se um recurso metodológico para investigar os públicos de uma organização e os relacionamentos com eles.

Atendendo ao propósito de ilustração de um recurso metodológico baseado nas mediações, abaixo apresentam-se somente os contextos, sem desenvolvê-los. Entretanto, no capítulo seis, a partir daqueles contextos, monta-se um quadro de referência, que leva à compreensão das características próprias e das situações da vida dos sujeitos do público em estudo. Estas, segundo uma das hipóteses desta tese, podem intervir e diferenciar, em termos de objetivos e expectativas, nos modos como eles se relacionam com a universidade e elaboram sentidos à realidade na qual circunscrevem-se tais relacionamentos. Em outras palavras, é um recurso para organizar o material simbólico acumulado, visível no material coletado (discurso dos alunos), que medeia esses relacionamentos. Àquele quadro juntam-se outras metodologias para fundamentar a análise e a interpretação do material empírico, o que

também será explicado no capítulo seis. Assim, seguem os “contextos de observação das mediações” delineados:

a. contextos individuais e familiares, nos quais articulam-se as mediações próprias da individualidade dos alunos, inseridos em meios culturais concretos, e da trajetória familiar: gênero, idade, etnia, estado civil, origem social, origem geográfica, lugar atual de residência, escolas de origem, condição de aluno de uma instituição pública de ensino superior, condição de aluno “cotista”, primeira geração na universidade, composição familiar, escolaridade dos pais, ocupação profissional dos pais, origem geográfica dos pais, renda familiar.

b. contextos acadêmicos, nos quais articulam-se os cenários e situações de interação dos alunos no âmbito da universidade e as mediações próprias da instituição: curso universitário que frequentam, atividades de pesquisa e de extensão e eventos acadêmicos dos quais participam, assistência estudantil recebida (auxílios da instituição), sistema de cotas de acesso à universidade, motivações acadêmicas, relacionamentos entre os alunos do grupo em foco, nas atividades acadêmicas e com os professores e colegas dos respectivos cursos.

c. contextos institucionais, nos quais inserem-se os cenários das práticas e do intercâmbio com instituições do entorno dos alunos, no exercício de outros papéis sociais: associações de bairro, movimentos organizados, instituições religiosas, projetos sociais dos quais participam.

d. contextos culturais e de consumo dos meios e das tecnologias de informação e comunicação, nos quais articulam-se as oportunidades, possibilidades e circunstâncias de acesso à informação e tecnologias por parte dos alunos: rádio, televisão (canais abertos e fechados), cinema, internet, redes sociais, telemóvel.

No item abaixo, contextualiza-se o tema dos relacionamentos e das mediações no terreno da comunicação em rede, tendo-se em vista que a internet modificou e ampliou as formas de socialização e expressão dos sujeitos, especialmente com sua popularização no início dos anos de 1990. Nesse contexto, é pertinente abordar, brevemente, as redes sociais e a visibilidade que elas proporcionam, para comentarem-se os impactos que promovem nos relacionamentos e na geração de mediações, ainda que o tema das redes sociais não seja central neste estudo.

4.2 A comunicação em rede na sociedade contemporânea: impactos nos relacionamentos e nas mediações

Desde que a internet amplificou a desterritorialização das interações comunicativas e dos relacionamentos, nas dimensões pessoal e institucional, quando se discute o tema relacionamento é imperativo abordá-lo na perspectiva da comunicação em rede. Dentro desse campo, evidenciam-se aqui as redes sociais como espaços virtuais que oportunizam relacionamentos. A emergência de novas formas mediadoras no ambiente digital traz consigo outros contextos de interação e atuação social, o que implica novos padrões de relacionamento, atores, comportamentos e papéis sociais. Nesse cenário, ampliam-se e modificam-se as fontes de mediação e as mediações, em um embricamento de espaços, temporalidades, individualidades e sociabilidades.

Na elaboração deste item recorre-se, com maior frequência, a conceitos desenvolvidos pela investigadora brasileira Raquel Recuero, pela pertinente associação que ela faz entre a sociabilidade e a visibilidade dos atores nas redes sociais, a qual gera valores. Esta gera, ainda, mediações e paradoxos que repercutem na construção das interações e relacionamentos, virtuais ou presenciais, como será visto abaixo.

Entretanto, acrescentam-se, no decorrer deste item, outros conceitos do campo da comunicação em rede, através de notas de rodapé, apontando-se, assim, algumas importantes orientações teóricas que podem ser consultadas, dentre um amplo leque de estudiosos.

Nesse contexto teórico introduz-se, ainda, o conceito de domesticação (das tecnologias) de Silverstone, que implica um processo de levar para o privado (o lar) o que é público. A esse conceito articulam-se as mediações e o atributo da visibilidade que os recursos tecnológicos e as redes sociais proporcionam. Tal articulação é possível à medida que o conceito de domesticação, assim como as redes sociais, circunscreve-se no desenho das fronteiras entre as esferas do público e do privado e que o próprio processo de domesticar representa uma mediação entre essas esferas.

A passagem das tecnologias comunicativas analógicas para as digitais representa a mudança na direção dos fluxos comunicacionais, o que altera a posição e a identidade dos sujeitos no processo. No modelo analógico, a informação é repassada de um emissor para um ou mais receptores (passivos), através da emissão de um fluxo unilateral. No digital, o processo comunicativo é em rede, interativo e participativo - a produção, circulação e armazenamento da informação saem do controle do emissor e transformam o receptor em um sujeito ativo e autônomo.

Aqui, a distinção entre emissor e receptor tem efeito explicativo, já que, na verdade, o processo comunicativo caracteriza-se como uma interlocução. Isto é, nesse processo ocorre uma troca de material simbólico e não a “transferência” de informação do “emissor” para o “receptor”, que responde como deseja o primeiro.

Após a passagem da comunicação analógica para a digital, vive-se o fenômeno da hiperconexão em rede, cuja raiz está em ferramentas da web 1.0, como os *chat's*, *e-mail's* e fóruns que já continham em si o embrião da participação. Esta avançou com o surgimento dos *blog's* e com a conseqüente popularização da produção e publicação de conteúdos na web, instituindo o que viria a ser chamado de web 2.0 (Recuero, 2011).

Trata-se, segundo Recuero (2011), da revolução da mídia social, fenômeno complexo que abarca o conjunto de novas tecnologias de comunicação mais participativas, rápidas e populares e as apropriações sociais dessas ferramentas. Tal revolução torna-se mais significativa com as redes sociais, permanentemente conectadas, por onde circulam informações de forma síncrona (nas conversações) e assíncrona (no envio de mensagens). Essas redes foram potencializadas com o advento de outras tecnologias - telemóveis, *tablets*, *smartphones* -, que aumentam a mobilidade do acesso às informações.

Configura-se, assim, a era das redes distribuídas, que abre a possibilidade de distribuir o poder de produção e circulação das mensagens, na qual todos os nós (ou nodos) conectam-se entre si, sem que haja uma hierarquia, um centro que comande as conexões. Nelas, ninguém depende exclusivamente de ninguém para levar sua mensagem a qualquer outro, não há mediadores, nem controladores. Horizontalizam-se aqueles processos, em oposição à verticalização da mídia de massa.

No contexto das redes, a constituição dos sujeitos envolvidos no processo comunicativo é diferenciada, já que há um distanciamento entre eles, ou seja, os atores sociais (pessoas, instituições ou grupos), primeiros elementos das redes sociais, estão mediados pelo computador (ou outro suporte). Dessa maneira, os atores, nessas redes, apresentam-se como representações ou construções identitárias do ciberespaço, simbolizados por *sites*, *blog's* e perfis nas redes sociais de relacionamentos. Estas redes³⁰ [...] *são espaços de interação,*

³⁰ Gustavo Cardoso (2011), investigador português no terreno das redes sociais, diz que estas são [...] *o que sempre nos acompanhou enquanto sociedade quando deparamos, na nossa relação diária, com família, com amigos, no trabalho ou quando surge a necessidade de nos juntarmos a outros para atingir objetivos comuns.* Ao usarem o Facebook ou enviarem SMS em cadeia, as pessoas criam redes sociais – estas, antes de serem tecnologias de mediação de redes sociais, são pessoas que, ligadas em redes de relacionamento social, interação, ou seja, utilizam as tecnologias de mediação, como a internet, para recriar aquele tipo de relação citado. Trata-se da introdução da mediação tecnológica no relacionamento social em rede. Tal consideração implica que as redes têm um viés tecnológico associado ao social, sentido que permeia os conceitos em questão.

lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade[...](Recuero, 2009:26). Espaços privados de expressão de determinado ator, aqueles nós funcionam como uma presença do “eu” no ciberespaço, porém, ao mesmo tempo, são espaços públicos, diz a autora. Pode-se dizer, assim, que estão em permanente construção e carregam preferências, padrões de comportamento, tendências, ainda que, por vezes, escondidos no anonimato ou em perfis *fakes*, a partir dos quais o ator é observado pelos outros. Tais espaços de interação, aponta Recuero (2009), revelam as conexões desse ator, estabelecidas a partir dos modos como são construídos.

De acordo com ela, são elementos das conexões, o segundo componente das redes sociais, a interação, as relações e os laços sociais, cujas variações alteram as estruturas das redes. No ciberespaço, a interação tem particularidades, como a constituição dos atores em representações e a ausência de recursos da linguagem verbal e da interpretação do contexto de interação, uma vez que trata-se de uma comunicação mediada. Tem-se, ainda, uma multiplicidade de ferramentas que viabilizam essa interação, as quais permitem a permanência da interação mesmo depois do ator estar desconectado, ou seja, os rastros sociais dos indivíduos continuam no ciberespaço na forma de um comentário em um *blog*, por exemplo.

Embora diferenciada, a interação representa um processo comunicacional - trocas de mensagens e de sentidos entre os atores sociais. Gera relações sociais diferentes daquelas do contexto face-a-face, pelo referido distanciamento entre os atores envolvidos, o que modifica a forma como são estabelecidas. As relações, nesse contexto, tendem a ser mais diversificadas, tanto no que se refere à natureza do grupo, como às ferramentas utilizadas para interagir: por exemplo, *blog's* para interações acadêmicas, *fotolog's* para interações mais pessoais e redes sociais para encontrar amigos.

As relações, por sua vez, geram laços sociais, uma efetiva conexão entre os atores envolvidos nas interações. Os laços resultam [...] *da sedimentação das relações estabelecidas entre agentes. Laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no tempo e através da interação social[...]*(Recuero, 2009:38).

Para existirem interações, relações e laços, os nós precisam ser vistos, ou seja, a sociabilidade na internet está relacionada com a visibilidade dos atores. É a partir desta visibilidade, ampliada com a hiperconexão que contemporaneamente se vive, que os atores podem observar-se e conectar-se, ou seja, gerar mais interações. Fazem parte desse processo a publicação de fotos, informações pessoais e profissionais, mensagens, comentários e até a rede de amigos das redes sociais, potencializado pela variedade de ferramentas e estratégias

implementadas por cada ator. Com isso, aumentam-se a visibilidade e as conexões e, por consequência, as trocas simbólicas.

No âmbito do ciberespaço, a visibilidade, diz Recuero (2009), é matéria prima para a criação de outros valores - a reputação, por exemplo. A autora entende a reputação como a percepção de um ator construída por outros. As informações sobre quem o ator é e como pensa auxiliam os outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre ele. Ou seja, a reputação é uma consequência das impressões emitidas pelo próprio ator. Implica, assim, três elementos: o “eu”, o “outro” e a relação entre ambos. Nesse sentido, as redes sociais são extremamente efetivas para a construção de reputação, afirma ela.

A reputação não está associada ao número de conexões de um ator. É uma percepção qualitativa e depende das informações divulgadas pelo ator. Desse modo, nas redes sociais não há um tipo único de reputação, já que os perfis e impressões são intencionais e podem variar de uma ferramenta ou rede para outra.

Outro valor consequente da visibilidade, no contexto das redes sociais, é a popularidade, neste caso, associado à posição de um ator dentro de sua rede social. Quanto mais pessoas estão conectadas a um ator, mais popular ele é e, por conseguinte, poderá ter mais capacidade de influência sobre os outros atores. Refere-se mais a uma posição estrutural do nó na rede do que à percepção que os demais nós têm, relacionando-se a uma dimensão quantitativa: número de comentários, tamanho da audiência de cada *blog* ou *fotolog*, número de visitas em um perfil, enfim, o número de conexões ou relações de um determinado nó com outros. Todos os nós têm visibilidade, maior ou menor, mas somente alguns são populares.

Também associada à visibilidade e, ainda, à popularidade e reputação, mas diferente desses valores, a autoridade refere-se ao poder de influência de um ator com relação à sua rede, juntamente com a percepção dos demais atores da reputação dele. Autoridade é uma medida de influência, da qual se depreende a reputação. Associa-se à capacidade de gerar conversações e difundir informações nas redes e à percepção dos atores sobre os valores contidos nessas informações, esclarece Recuero (2009).

Convém tecerem-se algumas considerações a cerca de outros aspectos da visibilidade e da conexão permanente. Hoje, ao mesmo tempo que é possível conhecerem-se as representações de um ator nas redes sociais sem que ele autorize esse acesso, já que aquelas são públicas, há recursos que permitem que esse ator selecione o que deseja deixar visível e para quem. Trata-se de um certo “controle” da visibilidade.

Por outro lado, a visibilidade, por vezes, não é, intencionalmente, construída pelo ator social, mas dela ele não escapa. Ainda que as pessoas não se exponham no ambiente

digital ou, quando nele, recorram àqueles recursos de “controle”, de alguma forma a exposição se processa nas marcas impressas nos percursos na web, as quais são passíveis de serem reveladas através de recursos técnicos apropriados, sem, necessariamente, a permissão de quem os percorreu. O anônimo e a privacidade já não são mais possíveis.

Além de visíveis, no contexto atual, as pessoas, ao viverem e desenvolverem suas atividades diárias, estão, em certas situações, involuntariamente conectadas, sem disso, necessariamente, aperceberem-se. O que parecia localizado em algum “não-lugar”, o ciberespaço, é agora facilmente identificado e experimentado na vida cotidiana - no semáforo cujo funcionamento está condicionado à intensidade do fluxo de carros em uma via, no painel publicitário na rua ou elevador, no navegador GPS do carro, no cartão magnético de acesso à escola ou trabalho.

A postura contemporânea da visibilidade permanente coaduna-se com o protagonismo facilitado pelo paradigma da comunicação multidirecional da era digital, no qual o ator social é autor e disseminador de seus próprios conteúdos, além de poder intervir em conteúdos de terceiros, resignificando-os.

Ao facilitar processos de comunicação, entendidos para essa argumentação como o intercâmbio de material simbólico, as redes sociais constituem oportunidades para a visibilidade e o protagonismo dos atores. São, portanto, mediadoras, e nelas comparecem e ganham visibilidade as múltiplas mediações dos sujeitos.

No contexto digital, em que pese, por um lado, as possibilidades de interação e construção de relacionamentos serem ampliadas, as pessoas, por outro lado, revelam comportamentos individualistas. Os ícones do individualismo são os aparelhos digitais portáteis individuais e o uso dos fones de ouvido, aos quais soma-se o protagonismo na produção de mensagens. Através daqueles aparelhos, as pessoas, no mundo físico, isolam-se do outro, pertencente ao universo real, podendo, contudo, ao mesmo tempo, conectar-se ao outro virtual.

O individualismo, desse modo, coexiste com as oportunidades contemporâneas de socialização e de expressão nas esferas digitais de compartilhamento, este não apenas de conteúdos, mas da própria vida, com pessoas, por vezes, pouco conhecidas, porém “íntimas”. Configura-se, desse modo, uma tensão entre a “invisibilidade” que o uso individual das tecnologias proporciona ao “isolar” o sujeito do seu entorno “real” e a visibilidade própria daquelas esferas.

Aquele compartilhamento, nesse contexto, só é possível graças à (quase) inexistência de filtros e de censura no ambiente digital. Contudo, paradoxal e

simultaneamente a essa “inexistência”, é possível a apropriação, por parte de pessoas, empresas e instituições governamentais, de informações e dados pessoais, profissionais e organizacionais, cujo uso posterior pode conduzir a algum tipo de filtragem e controle.

Foi o que aconteceu por ocasião da Primavera Árabe, em janeiro de 2012, quando a direção do Twitter³¹, considerado um estandarte desse movimento, tomou a decisão de censurar conteúdos, de forma retroativa, alegando que certos países têm concepções distintas sobre os contornos da liberdade de expressão. A partir daí, as mensagens consideradas inadequadas em algumas culturas passaram a ser visualizadas apenas por “entidades autorizadas” (Agência EFE, 2012).

O debate sobre o ambiente digital inscreve-se em uma importante questão a cerca dos limites entre a esfera pública e a esfera privada, a partir do advento das tecnologias da comunicação. A questão da delimitação daquelas esferas relaciona-se com o que Silverstone (2010) chama de processo de domesticação, concebido, em um primeiro momento tecnológico, na privacidade do lar (esfera privada) e, em um segundo, além dele, ou seja, no âmbito da esfera pública.

Para o autor, não se trata de uma diluição das fronteiras entre o público e o privado, mas um processo de justaposição destas, à medida que o sujeito traz objetos, máquinas, valores e informações para o lar e para a vida cotidiana. O lar é uma das dimensões da domesticidade, que expressa-se entre o universo público e o privado. É o lugar ao qual o sujeito pertence, construído através de relações sociais, internas e externas, em permanente transformação, e que oferece àquele sujeito referências múltiplas, condicionadas pela circunstância e cultura. É onde as rotinas e as fórmulas da vida cotidiana formam-se e sustentam-se, forjam-se as identidades e mantêm-se a segurança (Silverstone, 1994).

A domesticação refere-se, assim, ao processo pelo qual o sujeito incorpora a tecnologia no ambiente doméstico, apropriando-se das coisas do universo público, trazendo-as para o privado, dominando-as e submetendo-as ao seu controle. Representa, dessa forma, a possibilidade de transformar objetos e sentidos, segundo o autor. Pode-se dizer que constitui-se um processo que medeia a privacidade e a publicidade, no qual formam-se os sujeitos.

Entretanto, os atributos de mobilidade e portabilidade das tecnologias de informação e comunicação, muitas vezes conectadas à internet, e o seu uso personalizado

³¹ Para Lúcia Santaella e Renata Lemos (2010), duas investigadoras brasileiras na área da Semiótica Cognitiva e Computacional, o Twitter é um espaço de dinâmicas sociais de inteligência coletiva e de articulação de *design* colaborativo em tempo real, que possibilita o surgimento de novos tipos de colaboração intelectual em rede. Tal colaboração caracteriza uma nova etapa de evolução nos processos de inteligência coletiva e nas habilidades cognitivas mediadas por computador.

conduzem para o processo inverso - a invasão da esfera pública pela esfera privada. Com isso a ideia de domesticação estende-se para além do espaço doméstico. É o caso da ocupação dos espaços públicos pelas conversas privadas, que criam novos tipos de culturas públicas, em *blog's*, nas vozes públicas que chegam pelo telemóvel, na exibição das vidas de figuras públicas nas primeiras páginas e nos ecrãs de televisão (vidas que de outra forma continuariam privadas).

As tecnologias, ao colocarem os integrantes do lar em permanente contato e negociação com o mundo público, alteram os limites do lar. Este também passa para o espaço público, como algo que pode ser transportado com a pessoa, significando que nunca se está fora de alcance, que nunca se está desligado. É o caso da projeção e da visibilidade do “eu no ciberespaço”, através das redes sociais, que se abordou acima. As tecnologias domesticadas participam, assim, do posicionamento do homem no mundo, redefinindo fronteiras entre o pessoal e o comunitário, o íntimo e o partilhado, o eu e o outro (Silverstone, 1994, 2010). Evidenciam-se, assim, as mediações tecnológicas em um processo no qual combinam-se com as mediações da domesticidade.

Exemplificando-se tal situação e traçando-se um paralelo entre o que ocorre na contemporaneidade e o que ocorria no século passado, tem-se a circulação de relatos íntimos a que se assiste na web, em uma direção oposta à postura do segredo dos diários pessoais de outrora. Os desdobramentos desse e de qualquer outro comportamento no ambiente digital podem ser observados a partir do fenômeno da clusterização na rede social, o que significa que quando um ator publica alguma coisa no espaço “privado” de sua rede, desde que uma de suas conexões a republique e uma das conexões desta conexão faça o mesmo, e assim por diante, a informação original pode tornar-se visível aos milhões de usuários daquela rede.

Na dinâmica da domesticação, os atores sociais e as tecnologias estão em constante dialética de mudança (Silverstone, 2010) – os atores incorporam as tecnologias ao seu cotidiano, no âmbito privado e no público, e dão-lhes usos de acordo com seus interesses; as tecnologias, por sua vez, moldam comportamentos sociais.

Nesse sentido, diz o autor, no contexto dos meios de comunicação tradicionais - televisão e rádio, principalmente -, as famílias reuniam-se em torno desses aparelhos e a conversa no espaço privado decorria a partir dos assuntos públicos. O consumo era doméstico e coletivo. Com a introdução de mais de um aparelho de televisão nos lares, o consumo passou a ser individual, ampliado, hoje, pelas tecnologias digitais, que possibilitam assistir aos programas da televisão, por exemplo, em outros suportes portáteis individuais. Tal

consumo é, ainda, público, considerando-se a mobilidade desses aparelhos e a justaposição das fronteiras que se abordou.

Nesse processo, consumo também é produção, já que mobiliza recursos pessoais, sociais e culturais que fazem com que o uso de algo original seja sempre transformado. As tecnologias chegam empacotadas, mas, também, são “empacotadas” por quem as compra e utiliza, com os seus sonhos e fantasias, esperanças e ansiedades: os imaginários da sociedade do consumidor moderno (Silverstone, 2010).

O deslocamento do conceito de domesticação para além do lar associa-se às questões da visibilidade permanente e aos valores em torno dela, uma vez que os perfis e parte dos conteúdos nas redes sociais são construídos a partir do que é particular, mas circulam no público, processo potencializado pelas tecnologias móveis. A visibilidade torna-se mediadora da sociabilidade dos atores no universo digital.

Nesse contexto, o (re)posicionamento do “eu” “entre” o público e o privado, através das representações nas redes sociais, é o ponto de partida para a interação que caracteriza o ambiente digital e o elemento definidor dos modos, tempos, espaços e intensidade daquela interação. Estes, ao tornarem-se visíveis, vão compor as impressões construídas pelos outros atores. Em tal processo, os atores não somente utilizam as redes sociais, mas modificam-se e modificam-nas. Constroem e reconstroem fluxos informacionais, à medida que o estado é de hiperconexão, a qual viabiliza um processo horizontal e de poder compartilhado³². Um diferencial desse processo é a multidirecionalidade das informações, que têm vida longa na rede, podendo, ainda serem buscadas, recuperadas e replicadas, total ou parcialmente reconstruídas. O exemplo da Primavera Árabe expressa esse contexto.

As questões aqui tratadas inserem-se no que Martín Barbero (2009b) chama de entorno tecnocomunicativo, potente de linguagens, ações e dinâmicas sociais, políticas e culturais, comentado no item anterior. Tal entorno representa um mundo no qual se é visto e se vê permanentemente e repercute na ampliação do universo de interlocução e atuação social e na configuração dos cenários das práticas, experiências e trajetórias dos sujeitos.

³² Segundo Gustavo Cardoso (2011), as redes sociais prefiguram a criação de espaços de partilha que podem dar origem a espaços de ação e intervenção destinados à mudança social, de acordo com a apropriação que delas se faz, isto é, se forem colocadas ao serviço das lutas simbólicas de ideias sobre a sociedade que se pretende construir. As redes sociais mediadas são um dos instrumentos passíveis de apropriação para a mudança social, mas não são por si mesmas indutoras dessa mudança. Sobre tal relação entre mudança e redes sociais, Augusto de Franco (2011) diz que [...] *as redes sociais distribuídas não são instrumentos para realizar a mudança: elas já são a mudança* (grifo do autor).

As transformações nos modos de se comunicar e se relacionar em curso dizem respeito, dessa maneira, ao universo da produção simbólica e das mediações. Tornam-se mediações e implicam a geração e imbricação de mediações no plano dos espaços e do tempo, à medida que os sujeitos constituem-se nas interações cotidianas e estas estão estendidas ao ambiente digital e conectado. Os atributos e recursos desse ambiente conduzem à formação de novos atores e identidades individuais e coletivos.

Os novos lugares que ocupam e de onde os atores falam tornam-se contextos de mediações. A individualidade, sociabilidade, identidades, experiências e vivências dos sujeitos são resignificadas a partir da visibilidade que constroem e dos valores em torno dela. Essa passa a ser uma categoria de mediação e atua nas negociações de sentido do sujeito.

Os atores contemporâneos conectados em redes são mediados pelos paradoxos da era digital: não há contato físico entre eles (pelo menos em um primeiro momento), mas os “amigos” ou seguidores multiplicam-se em uma quantidade e velocidade irreais para o universo real. O “meu” (uso personalizado dos aparelhos) cohabita com o “nosso” (no sentido de ocupar o espaço público). As oportunidades de isolamento convivem com as de interatividade. As mensagens tornam-se cada vez mais breves em um convívio contraditório com a emergência de processadores crescentemente velozes. A liberdade e a autonomia individual no ambiente digital contrapõem-se a censuras e filtros “externos” ou propiciados pelas ferramentas das redes. O familiar (privado) imbrica-se com o desconhecido (público).

No ambiente digital, desterritorializam-se e modificam-se os cenários de atuação daqueles atores. Assiste-se, ainda, à composição de formas independentes de organização social baseadas em interesses coletivos, de cunho social, político, cultural, orientadas pelos princípios das redes. Fóruns de discussão e de representação tornam-se capazes de elaborar agendas específicas, desenvolver canais de comunicação próprios e corroborar o debate de temas de interesse de grupos e da sociedade. Renovam-se os espaços participativos, que diferenciam a sociedade, revelando-se, dessa maneira, contextos da contemporaneidade.

Nesse cenário, a justaposição das fronteiras entre as esferas pública e privada e o conseqüente “deslocamento do eu”, simbolizados nas representações dos atores sociais, reposicionam esses atores, redefinem papéis e comportamentos sociais, reorganizam as formas de mobilização e organização no ambiente *on line*, com repercussões no mundo *off line*. Implementam-se, assim, outras fontes de mediação que impactam os relacionamentos virtuais ou presenciais, nos terrenos social e organizacional.

Sabe-se que nem tudo que acontece no ambiente digital ou dele decorre caracteriza-se como um relacionamento, na concepção que fundamenta esta tese. Contudo,

viu-se que o caráter interativo das redes sociais é propício à construção e reconfiguração dos relacionamentos, quanto aos modos, espaços e temporalidades, nos planos individual, institucional e mercadológico. Por esse prisma, não se vive a era dos relacionamentos, como dizem alguns, porém uma era fértil e facilitada para eles, se levar-se em conta os recursos tecnológicos.

Sob a perspectiva abordada, o ambiente digital, plural em atores, informação, interação, ideias e conflitos, conforma uma alternativa para a investigação dos públicos e dos relacionamentos, na área das relações públicas. Isso porque os rastros dos indivíduos estão e permanecem em suas representações no ciberespaço - perfis, listas de amigos ou seguidores, comentários, arquivos, fotografias -, em que pese as possibilidades de construções falsas. Entram em cena, ainda, as estatísticas hoje disponibilizadas que apontam os acessos, usos, objetivos, perfis e contextos sociais, econômicos, culturais dos usuários da internet e das redes sociais. Tais estatísticas podem ser convertidas em oportunidades institucionais e mercadológicas, no campo das relações públicas.

Levando-se em conta que os públicos e os relacionamentos são dinâmicos e contextualizados, que as mediações nascem nos contextos onde interatuam os sujeitos e a multiplicidade de fontes que as originam, tem-se que considerar a formação dos públicos a partir desse cenário sem barreiras espaciotemporais onde o homem exerce seus múltiplos papéis sociais e vive sua cotidianidade e rotinas. Novos públicos e formas de se relacionar surgem como causas e efeitos dos contextos social e tecnológico contemporâneos.

O ambiente digital torna-se não somente campo de nascimento e investigação de públicos, mas lugar de relacionamentos institucionais, com o mesmo caráter mediador e mediado de quando presenciais, construídos na relação entre a visibilidade e a sociabilidade das redes sociais e na esfera da horizontalização. Tais relacionamentos inscrevem-se na dialética da mudança que se comentou – as tecnologias e os seus usos são produtos da ação do homem, ao mesmo tempo que estas revolucionam os processos comunicacionais e relacionais da sociedade e os modos de ser, comunicar-se e comportar-se do homem.

Nos três capítulos da última parte desta tese, a seguir, desenvolve-se o estudo empírico já referido, na qual, inicialmente, caracterizam-se os lócus de investigação, seguindo-se, no capítulo seguinte, com o percurso metodológico percorrido, e por fim, analisando-se os dados e apresentando-se os resultados obtidos na investigação.

PARTE III – ESTUDO EMPÍRICO

5 OS LÓCUS DE INVESTIGAÇÃO

Neste capítulo, pretende-se cenarizar os lugares de investigação da tese, tanto em uma perspectiva macro, no caso o Estado do Maranhão, como, de modo mais localizado, a UFMA e o Programa Conexões de Saberes. Para tanto, primeiramente, apresentam-se dados históricos, socioeconômicos e demográficos daquele Estado, com breves informações sobre o acesso e consumo das tecnologias de informação e comunicação. Em seguida, traçam-se o panorama de origem e o contexto atual do ensino superior no Maranhão.

Para efeito de contextualizar o panorama nacional da educação superior, e nele, o tema das políticas afirmativas, a UFMA e o Programa Conexões de Saberes, tecem-se considerações sobre mecanismos da reforma universitária no Brasil e as repercussões desses no Maranhão e acerca de questões macro sobre a extensão universitária. Em seguida, apresenta-se a UFMA, da sua origem aos dias atuais, com ênfase nas ações de inclusão social e naquele Programa, em um quadro que mostra sua gênese, objetivos e ações.

Convém esclarecer que a cenarização aqui realizada teve como fontes documentos institucionais, livros publicados e entrevistas com dirigentes da UFMA e do Conexões de Saberes, sendo os recortes destas indicados pela letra E, seguida de um número atribuído a cada um dos entrevistados, de acordo com a sequência da realização das entrevistas.

5.1 O Estado do Maranhão

5.1.1 O cenário socioeconômico e demográfico

O Maranhão³³ é uma das vinte e sete unidades federativas do Brasil (vinte e seis Estados e um Distrito Federal) e um dos nove Estados da região Nordeste. Um pouco maior que a Itália e um pouco menor que a Alemanha, o Maranhão ocupa uma área de 331.983,293 km² de um total de 8.514.877 km² de terras brasileiras, sendo o segundo maior Estado em extensão do Nordeste e o oitavo do país. Possui o segundo maior litoral do Brasil, com 640 km de extensão de praias tropicais, floresta Amazônica, cerrados, mangues, delta em mar aberto e o único deserto do mundo com milhares de lagoas de águas cristalinas, o chamado Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

³³ São várias as hipóteses para a origem do nome do Estado. As mais aceitas são que Maranhão era o nome dado ao Rio Amazonas pelos nativos da região, antes dos navegadores europeus chegarem, ou a relação com o Rio Marañón no Peru. Mas há a possibilidade de significar “grande mentira” ou “mexerico”, segundo o português antigo. Outra hipótese refere-se ao “emaranhado de rios” do Estado. Também pode ser referente ao caju, fruta abundante no litoral ou ainda mar grande ou mar que corre (Maireles, 1960).

A origem do Maranhão tem por base a luta pelo território entre diversos povos. Em 1500, ano do descobrimento do Brasil pelos portugueses, os espanhóis foram os primeiros europeus a chegar ao Maranhão. Em seguida, vieram os portugueses, que tiveram sua primeira tentativa de ocupar as terras maranhenses em 1535.

Nesse ano, D. João III, para melhor ocupar e proteger o território colonial, dividiu a Colônia Portuguesa no Brasil em Capitânicas Hereditárias, sendo o Maranhão parte de quatro delas (Maranhão primeira seção, Maranhão segunda seção, Ceará e Rio Grande) (Araújo, 2005). Porém, diante das dificuldades de penetração na região, os donatários não tomaram posse de suas capitânicas.

Depois da tentativa fracassada dos portugueses, em 1612, os franceses invadiram a Ilha de Upaon-Açu (hoje Ilha de São Luís, que abriga os municípios de São Luís, São José de Ribamar, Raposa e Paço do Lumiar), liderados por Daniel de La Touche, o Senhor de La Ravardière, que tentava fundar colônias no Brasil. Os franceses chegaram a fundar um núcleo de povoamento chamado França Equinocial e um forte chamado de “*Fort Saint Louis*”, iniciando a cidade de São Luís, capital do Estado.

Ao tomarem conhecimento da invasão daquela terra pelos franceses, os reis portugueses enviaram expedições para expulsá-los, tendo sido derrotadas em 1614, na batalha de Guaxenduba (Araújo, 2005).

Assim, lá permaneceram os franceses, até que, em 1641, as terras maranhenses foram invadidas pelos holandeses, depois deles terem ocupado a maior parte do Nordeste da colônia portuguesa na América. Os holandeses tinham como objetivo a expansão da indústria açucareira com novas áreas de produção de cana-de-açúcar. Saquearam igrejas e obrigaram a população a prestar juramento à bandeira deles. Após dois anos, foram derrotados pela resistência dos moradores, juntamente com reforços vindos de Portugal. Assim iniciou, de fato, a colonização portuguesa no Maranhão.

O Marquês de Pombal teve importante papel na história do Maranhão, sendo o fundador do Vice Reino do Grão-Pará e Maranhão, com capital na cidade de Belém e subdivido em quatro capitânicas (Maranhão, Piauí, São José do Rio Negro e Grão-Pará). Além disso, expulsou os jesuítas e criou, em 1756, a Companhia de Comércio do Grão-Pará e Maranhão, cuja atuação desenvolveu a economia maranhense.

Na fase pombalina, a Companhia incentivou as migrações de portugueses, principalmente açorianos, e aumentou o tráfico de escravos e produtos para a região. Tal fato fez com que o cultivo de arroz e algodão ganhasse força e colocasse o Maranhão dentro do sistema agroexportador. Da segunda metade do século XVIII até parte do século XIX, o

parque industrial do Maranhão alcançou o posto de segundo maior do país, abrigando fábricas de fiação e tecelagem de algodão, calçados, produtos cerâmicos, chumbo, pregos, açúcar, aguardente, entre outras.

A alteração na vida econômica do Estado trouxe também uma nova vida cultural que:

[...]se traduziu no enriquecimento material e no aprimoramento intelectual da sociedade, e culminaria, já no Império, com o surgimento de uma elite latifundiária e de uma nobreza rural que concederiam à então província uma posição de primeiro plano no cenário nacional, não só no campo econômico, como no político e cultural (Meireles, 1960:283).

Essa prosperidade econômica se refletiu no modo de vida dos habitantes, que importavam louças, móveis, jóias e as mais famosas companhias de teatro do mundo. Os filhos dos ricos comerciantes educavam-se na Europa, cursando as Universidades de Coimbra ou Lisboa, em Portugal, e outras na França e Alemanha. A partir daí, iniciou-se a constituição da geração de intelectuais que formaria o Grupo Maranhense do romantismo brasileiro, dentre eles João Lisboa, Sotero dos Reis e Gonçalves Dias, que conquistou para São Luís, no século XIX, o título de “Atenas do Brasil” (Araújo, 2005).

Nessa época, como reflexo do período de grande riqueza no perfil urbano da cidade, foi construída a maior parte dos casarões que compõem o Centro Histórico de São Luís. Colonizadores portugueses e seus descendentes reproduziam nos solares e casarões o estilo arquitetônico colonial europeu, utilizando revestimento em azulejos nas fachadas, para amenizar o calor e evitar a umidade, que se tornou forte marca das construções coloniais maranhenses, em painéis dentro de casas e igrejas. A arquitetura da época se caracterizava, ainda, pelo uso de pedras de cantaria portuguesas, sacadas com balcões em ferro e mirantes³⁴.

O panorama econômico de então deu surgimento às primeiras experiências no campo da educação superior, embora estas tenham impactado apenas a classe dominante. As oportunidades educacionais e culturais dos menos favorecidos foram pouco alteradas. A estes, os ensinamentos agrícola e dos ofícios passaram a ser estimulados, como forma de adesão à ordem e contenção de conflitos. Como enfatiza Cabral (1984:129) em relação às duas últimas décadas do Império, houve em alguns setores, como o educacional, certo descaso por parte do Estado: [...] *As propostas educacionais, dessa época, defendendo o ensino livre (privado),*

³⁴ A área de casarões históricos de São Luís ocupa 250 hectares e envolve três mil e quinhentas construções. A beleza e a importância histórica desse acervo arquitetônico foram reconhecidas, em 1997, pela Organização das Nações Unidas para a Educação e Cultura (UNESCO), que concedeu à cidade o título de Patrimônio Cultural da Humanidade (Portal São Francisco, 2011).

evidenciavam o descaso da Administração Local pela promoção da instrução pública.

Uma experiência marcante no campo educacional no período imperial e que serviu de preparação para o acesso às faculdades foi a criação do Liceu Maranhense (1838), a primeira escola de ensino secundário (hoje, ensino médio) público do Estado e a única da época do Império, que gozou de grande prestígio e abrigou muitos jovens da classe dominante e classe média, por mais de um século. Cabe salientar que, à época, para cursar os estudos superiores ainda se fazia necessário o deslocamento para outras localidades do Brasil e países da Europa, o que era possível somente para os jovens das famílias mais abastadas.

O final do século XIX e início do século XX trouxeram fatos marcantes para a perda de prestígio da economia maranhense, com repercussões na vida cultural do Estado. Muitos latifundiários entraram em decadência, o que significava que já não eram possíveis as encenações de grandes companhias teatrais e o encaminhamento dos filhos da classe dominante para estudos na Europa. Araújo (2005) lembra alguns dos fatos que abalaram a economia maranhense: a Abolição da Escravatura, pois toda a produção agrícola e pecuária era gerada com trabalho escravo; inexistência de tecnologia nas indústrias, principalmente na têxtil, que resultou no fechamento do parque industrial do Estado, e a crise financeira advinda de tudo isso. [...] *Fica, assim, o Maranhão, a partir de então, vivendo das glórias do passado, lutando para não perder a tradição de “Atenas Brasileira”* (Araújo, 2005:77).

A recuperação econômica veio na segunda década do século XX, apesar de não mais com a fartura de outrora, com a exportação dos produtos provenientes do fruto da palmeira de babaçu, extraídos pelas indústrias instaladas no Estado. A distância dos grandes centros consumidores, porém, dificultava a concorrência da produção maranhense.

Após o final da década de sessenta do século XX, o Estado passou a receber incentivos e saiu do isolamento geográfico, com a construção de ligações férreas, rodoviárias e marítimas com outras regiões. A inauguração do Porto do Itaqui, em São Luís, um dos mais profundos e movimentados do país, cuja proximidade com os mercados europeu e norte-americano torna-o estratégico e atraente, serviu para escoar a produção industrial e de minério de ferro vinda de trem da Serra do Carajás (Estado do Pará), atividade explorada pela companhia Vale³⁵, e de alumínio, da Alumar³⁶.

³⁵ A Vale é a segunda maior mineradora do mundo, também com negócios no setor de logística e projetos de geração de energia. Com sede no Brasil e atuação em mais de trinta e oito países, nos cinco continentes, a Vale emprega, atualmente, mais de 115 mil pessoas, entre profissionais próprios e terceirizados, sendo mais de quatro mil somente no Maranhão. Em 2011, a empresa produziu 322,6 milhões de toneladas de minério de ferro, 51,8 milhões de toneladas de pelotas e 7,3 milhões de toneladas de carvão, com um rendimento de R\$ 37,8 bilhões (Vale, 2012).

³⁶ A Alumar - Consórcio de Alumínio do Maranhão - é um dos maiores complexos de produção de alumínio

Na atualidade, a economia estadual baseia-se na indústria mineradora, de transformação de alumínio, alimentícia, madeireira, extrativista (babaçu), agricultura (soja, mandioca, arroz, milho) e na pecuária.

Nesse cenário, encontra-se, desde o início da década de oitenta do século passado, o Centro de Lançamento de Alcântara³⁷ (CLA), organização do Comando da Aeronáutica, projetado para exercer as atividades operacionais necessárias ao cumprimento das missões de lançamento e rastreamento de engenhos aeroespaciais e de coleta e processamento de dados de suas cargas úteis, bem como a execução de testes e experimentos de interesse da Aeronáutica, relacionados com a política nacional de desenvolvimento aeroespacial (CLA, 2012).

No momento, o Maranhão está sendo palco de grandes projetos. A Companhia Siderúrgica do Mearim, localizada no município de Bacabeira³⁸, tem início previsto para 2016, com capacidade inicial para processar 3,700 milhões de toneladas de placas ao ano, chegando, ao final do projeto de implantação, a dez milhões de toneladas anuais de produtos finais. O projeto prevê empregar, diretamente, cinco mil pessoas e mais trinta mil, indiretamente, e terá sua produção voltada para o mercado internacional.

Em fase de construção, a Refinaria Premium I da Petrobras, também em Bacabeira, será a maior das Américas e terá capacidade de processamento de 600 mil barris por dia. Essa refinaria irá processar, dentre outros, o petróleo das bacias sedimentares da costa maranhense, a Bacia de Barreirinhas e a Bacia Pará-Maranhão. As obras da Refinaria geraram 132 mil empregos diretos e indiretos.

A usina termelétrica a carvão pulverizado, localizada em São Luís, cuja operação iniciou em 2012, vai utilizar o Porto do Itaqui para receber o carvão necessário ao seu funcionamento, bem como para o escoamento da produção.

O fato de São Luís concentrar grande parte do Produto Interno Bruto (PIB) do Estado e de estar recebendo importantes empreendimentos faz surgir outras questões, positivas e negativas, como a expansão imobiliária e o conseqüente crescimento do mercado de trabalho na construção civil, além de problemas nos campos do ambiente, saúde, transporte e educação. De acordo com um estudo divulgado pela consultoria *McKinsey Global Institute*,

primário e alumina do mundo. Inaugurado em julho de 1984, é formado pelas empresas Alcoa, Rio Tinto Alcan e BHP Billiton. Em São Luís, conta, hoje, com 90% de funcionários maranhenses e centenas de fornecedores locais. A Refinaria da fábrica produz, aproximadamente, um milhão e meio de toneladas de Alumina, por ano, sendo que, após a conclusão das obras de expansão, a produção chegará a três milhões e meio de toneladas/ano (Alumar, 2012).

³⁷ Alcântara é um município do Estado do Maranhão que dista trinta quilômetros da capital, com uma população de cerca de vinte e dois mil habitantes.

³⁸ Bacabeira dista sessenta quilômetros de São Luís, sendo um dos municípios por onde passa a Estrada de Ferro Carajás, da mineradora Vale.

São Luís foi incluída entre as 600 cidades que terão maior crescimento no mundo até 2025 (Salek, 2011).

No que se refere aos dados demográficos, os primeiros resultados do Censo realizado em 2010³⁹ pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) revelam que o Maranhão tem uma população de 6.574.789 habitantes. É um dos Estados mais miscigenados do país, resultado da grande concentração de escravos indígenas e africanos nas lavouras de cana-de-açúcar, arroz e algodão, em séculos passados, o que é demonstrado pela presença de 75,2% de população negra⁴⁰, sendo 68,6% de pardos e 6,6% de pretos auto-declarados àquele Instituto. O Estado detém o maior número de pessoas negras (5,5%) dentre todas as unidades federativas, sendo São Luís a terceira capital negra do país, ficando atrás somente de Salvador (Bahia) e do Rio de Janeiro (Rio de Janeiro). Existem no Estado, hoje, cerca de quatrocentas comunidades negras rurais, em pelo menos 134 dos 217 dezessete municípios maranhenses.

Quanto à população indígena, o Maranhão tem 0,7% do total brasileiro⁴¹. O lado oeste do Estado faz parte da Amazônia Legal, onde estão cerca de 60% dos índios do Brasil, mas registra-se a presença de grupos indígenas em praticamente todas as Unidades da Federação, com exceção dos Estados do Rio Grande do Norte e Piauí e no Distrito Federal.

A população maranhense branca, que representa 24,9% do total, é quase exclusivamente composta de descendentes de portugueses, dada a pequena migração de outros europeus para a região. No século XX, vieram contingentes significativos de sírios e libaneses, refugiados do desmonte do Império Otomano e que, hoje, têm tradicional presença no Estado (Nascimento et al., 2006).

A formação étnica do povo maranhense e o cenário socioeconômico dos séculos XVIII e XIX refletem-se nas manifestações folclóricas do Estado, cuja principal representação é o Bumba-meu-boi, que reúne traços de origem europeia, indígena e africana e mostra as relações desiguais entre senhores de engenho, escravos e indígenas, numa sutil crítica social. Aquela manifestação resgata uma história típica das relações sociais e econômicas da região durante o período colonial, marcadas pela monocultura, criação extensiva de gado e escravidão.

³⁹ Não há divulgação de dados posteriores a 2010.

⁴⁰ A definição de população negra como a união de pretos e pardos é do IBGE.

⁴¹ De acordo com a Fundação Nacional do Índio (FUNAI), a atual população indígena do Brasil é de, aproximadamente, 345 mil indivíduos, representando 0,2% da população brasileira total, considerando-se apenas aqueles que vivem em aldeias. Há, contudo, estimativas de que existam 190 mil índios vivendo fora das terras indígenas, inclusive em áreas urbanas (Funai, 2011).

No enredo do Bumba-meu-boi, o peão (boiadeiro) Pai Francisco mata o boi mais bonito da fazenda onde trabalha, para satisfazer o desejo de sua esposa Catirina que, grávida, deseja comer a língua do animal, estima do fazendeiro. A morte do boi deixa o dono da fazenda furioso, que chama um grupo de índios para fazer rituais de pajelança e ressuscitar o novilho, o que é comemorado com uma grande festa.

A apresentação dos grupos que encenam esse enredo ocorre, principalmente, nos festejos juninos, e reúne milhares de pessoas nos arraiais para ver e acompanhar aquela e outras manifestações (por exemplo, o tambor de crioula⁴²). O Bumba-meu-boi já foi alvo de perseguições e proibições da polícia e das elites dominantes, no século XIX, por ser uma festa mantida pela população negra.

Outra manifestação que expressa a formação étnica do Estado é a Festa do Divino, que tem indícios de origem na colonização açoriana, no século XVII, e é marcada pelo sincretismo religioso entre a religião católica e os cultos de origem africana. A organização dos rituais, procissões, missas e banquetes que fazem parte da festa é de responsabilidade de um grupo chamado de corte do Império, formado por adultos, que são representados por crianças nos altares festivos e procissões, nas funções de Imperador ou Imperatriz (a cada ano um deles se reveza no papel principal), mordomos-régios, mestres-salas e vassallos, vestidos em trajes luxuosos, imitando o figurino imperial.

Do total da população maranhense, 63,07% (4.143.728 habitantes) localizam-se na área urbana e 36,93 % (2.425.955), na rural (IBGE, 2010⁴³). Até o começo da década de noventa do século passado, 60% da população estava situada na área rural, o que significa que o crescimento do número de habitantes na zona urbana ocorreu na última década do século XX. Segundo Nascimento et al. (2006), essa inversão se deveu, principalmente, aos seguintes fatores:

[...]a expulsão dos posseiros e dos pequenos proprietários das suas terras, provocada pelo movimento expansionista do capital que atinge o estado, com o apoio dos governantes, intensificada a partir da década de 1960; a ausência de projetos de infra-estrutura que beneficiassem a população rural com programas nas áreas básicas de saúde, agricultura, saneamento e educação; o aceno ilusório de oportunidade de emprego e de inclusão social para os filhos, nas grandes cidades; mais recentemente,

⁴² Manifestação cultural de matriz afro-brasileira, o tambor de crioula mistura dança, canto e percussão de tambores. Com saias rodadas de chitão (tecido florido), blusa branca com rendas e babados, torso na cabeça e colares, as dançarinas do tambor de crioula, chamadas de coureiras, dispõem-se em formação circular e dançam diante dos percussionistas. Um passo tradicional na dança é a punça ou pungada, uma espécie de cumprimento – feito com o toque do ventre – entre a coureira que vai sair da roda e a outra que vai dançar no centro da formação. Os tocadores e cantadores, os coureiros, tocam em um ritmo incessante na parelha, o conjunto de tambores formado pelo tambor grande, meião e crivador. Os cânticos são iniciados por um solista e acompanhados em coro pelos demais integrantes do grupo.

⁴³ Não há divulgação de dados posteriores a 2010.

a criação de municípios em locais até então considerados “povoados” que, ao se constituírem sedes de municípios, têm a sua população “travestida” em urbana (Nascimento et al. 2006: 22).

Apesar do cenário de crescimento econômico, o Maranhão é um Estado de grandes disparidades sociais, cujo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é de 0,724, perdendo somente para o Estado de Alagoas (0,722), também no Nordeste brasileiro. Abriga, ainda, trinta e seis dos cem municípios brasileiros com o menor Índice no país (Brasil Escola, 2011). Dentre as pessoas de 15 anos ou mais 20,9% são analfabetas. Outro dado alarmante é que 20,6% da população está abaixo da linha de pobreza, ou seja, tem uma renda mensal individual inferior a R\$ 70,00⁴⁴ (IBGE, 2010⁴⁵).

De acordo com um estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 2007⁴⁶, o Maranhão é o Estado com o maior deficit habitacional relativo do país - 38,1% (que equivale ao número de imóveis existentes, dividido pelo de moradias necessárias para suprir a demanda da população). Em termos absolutos, o deficit no Estado chega a 500.070 unidades, o quinto maior do país. As causas dessa situação estariam relacionadas à má distribuição de renda, à inadimplência do Estado e Municípios e à política aplicada no setor (G1Ma, 2012).

No tocante à mortalidade infantil, o Maranhão apresenta o segundo maior índice do Brasil, inferior apenas ao de Alagoas. Dados do IBGE (2010⁴⁷) indicam que, de cada mil nascidos nesse Estado, por ano, somente trinta e nove sobrevivem ao primeiro ano de vida. Vários fatores contribuem para um índice tão elevado, dentre eles o fato de que somente 19,3% dos domicílios particulares têm acesso a saneamento adequado.

No que se refere ao acesso e consumo das tecnologias de informação e comunicação, no Maranhão, 93,4% da população possui pelo menos um aparelho de televisão em casa (IBGE, 2011⁴⁸). Pesquisa realizada pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel, 2012) demonstra que 110.566 domicílios no Estado dispõem de acesso a canais fechados dentre um total de 13.053.834 de lares brasileiros que recebem o sistema via satélite ou cabo. O Estado registrou um crescimento de 37,51% no número de assinaturas de televisão, na comparação de janeiro de 2011 com o mesmo período de 2012.

⁴⁴ O que equivale a cerca de 28,00 euros.

⁴⁵ Não há divulgação de dados posteriores a 2010.

⁴⁶ Não há divulgação de dados posteriores a 2007.

⁴⁷ Não há divulgação de dados posteriores a 2010.

⁴⁸ Não há divulgação de dados posteriores a 2011.

Somente 16,3% da população maranhense tem microcomputador e, destes, 12% estão ligados à internet (IBGE, 2011⁴⁹). No quesito acesso à internet, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) - Acesso a Internet e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal (IBGE,2008) revelou que, no Maranhão, no período de referência dos três meses da pesquisa, 20,2% das pessoas de 10 anos ou mais de idade utilizaram a internet (de ambientes diversos), o que posiciona o Maranhão entre os três Estados (ao lado do Piauí e Alagoas) que apresentaram os menores percentuais nesse campo. Dentre 1.701.000 de domicílios no Maranhão somente 76.901 têm acesso a net por banda larga, perfazendo um total de 297.011 de pessoas atendidas.

Quanto ao acesso a telemóvel no Maranhão, este é o único Estado Brasileiro onde não existe mais de uma linha ativa para cada morador (85,4 linhas para cada 100 habitantes) (Brasil, 2012a.)

Para cumprir-se o propósito de desenhar o contexto maranhense onde se insere a UFMA, antes de cenarizá-la, faz-se, no item a seguir, um relato breve sobre a implantação do ensino superior no Maranhão, no âmbito do panorama desenhado acima.

5.1.2 O ensino superior

Os registros históricos apontam como a iniciativa precursora para implementar a educação superior no Maranhão, que, mais tarde, levaria à origem da UFMA, a composição, em 1908, de uma comissão formada por intelectuais maranhenses, na tentativa de preservar a tradição de São Luís como a “Atenas Brasileira”. Aquela comissão lançou a ideia da criação das primeiras instituições de ensino superior no Estado, iniciando com a Faculdade de Direito. Entretanto, somente em abril de 1918, tal faculdade entrou em funcionamento (Araújo, 2005).

Em 1922, foi criada a Faculdade de Farmácia, fruto de um movimento contestatório ao governo do Maranhão contra o reconhecimento do exercício profissional dos farmacêuticos práticos. Em 1925, foi a vez da Faculdade de Odontologia, em atendimento à falta de profissionais na área.

No ano de 1933, instalou-se a Faculdade de Agronomia, sendo esta o embrião para a atual Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). Contudo, a falta de reconhecimento por parte do Governo Federal, fez com que esta funcionasse somente até 1938. Além de um contexto político pouco favorável, problemas administrativos como

⁴⁹ Não há divulgação de dados posteriores a 2011.

dificuldades para a implantação de um campo experimental para aulas práticas e para a contratação de agrônomos como docentes impediram outras tentativas de estabelecimento dessa faculdade no Estado (Meireles, 2005).

Assim, chegou-se ao fim da primeira metade do século XX com apenas a Faculdade de Direito e com a Escola de Farmácia e Odontologia do Maranhão. Porém, em 1941, após greves e irregularidades apuradas pela fiscalização, o Departamento Nacional de Ensino fechou as duas únicas escolas superiores do Estado (Araújo, 2005).

Em 1944, foi criada a Fundação Paulo Ramos, que atendeu aos anseios da juventude mais pobre que não tinha condições de estudar fora do Estado. A finalidade da Fundação era manter o ensino superior no Maranhão, com a incumbência imediata de reabrir os cursos fechados. Estes voltaram a funcionar, só que com o nome de Faculdade de Direito de São Luís e Escola de Farmácia e de Odontologia de São Luís, em substituição à referência ao Maranhão, para que não fossem confundidas com as anteriores.

A situação precária da saúde pública no Maranhão uniu um grupo de Irmãs Terceiras Capuchinhas e de médicos na fundação da Escola de Enfermagem São Francisco de Assis, em 1953. Neste mesmo ano, surgiu a Faculdade de Filosofia, que recebeu autorização de funcionamento para quatro cursos em nível de bacharelado: Filosofia, Geografia e História, Letras Neolatinas e Pedagogia. Ainda em 1953, nasceu a Escola Maranhense de Serviço Social, recebendo, em 1960, a denominação de Faculdade de Serviço Social do Maranhão.

Em 1956, fundou-se a Sociedade Maranhense de Cultura Superior (SOMACS), a partir do somatório de forças de religiosos, professores e intelectuais, com a finalidade de promover o desenvolvimento da cultura no Estado, inclusive criar uma biblioteca, um museu, um teatro e, sobretudo, uma universidade. No ano seguinte, foi instalada a Faculdade de Ciências Médicas do Maranhão, fruto, principalmente, de articulações políticas do arcebispo metropolitano D. José Delgado e do apoio do Presidente da República do Brasil, Juscelino Kubitschek.

A SOMACS, posteriormente, deu origem à Universidade Católica do Maranhão, reconhecida como Universidade livre (privada) pela União em 22 de junho de 1961, através do Decreto nº 50.832. Esta Universidade congregou a Faculdade de Filosofia, a Faculdade de Ciências Médicas, a Escola de Serviço Social e a Escola de Enfermagem São Francisco de Assis (Araújo, 2005).

Entretanto, em função de grave crise financeira, em 1966, a Universidade Católica do Maranhão foi doada ao Governo Federal. Assim teve início a Fundação Universidade do Maranhão (FUM), entidade de direito público, com o fim de implantar, progressivamente, a

nova Universidade do Maranhão (Tajra, 1985). A FUM reuniu as Faculdades de Direito, Farmácia e Odontologia, Filosofia, Ciências e Letras, Serviço Social, Ciências Médicas e a Escola de Enfermagem.

Em seu primeiro ano de funcionamento, aponta Araújo (2005), a FUM atravessou problemas financeiros e legais, levando à renúncia, em 1968, do então Reitor Pedro Neiva de Santana. Tal situação coincidiu com a Reforma Universitária de 1968, formatada no autoritarismo do governo militar, quando o novo Reitor, Cônego José de Ribamar Carvalho, iniciou a implantação da UFMA. Sobre tal momento político Nascimento et al. dizem que:

No Maranhão se consolida a liderança do então governador José Sarney, que tivera a habilidade política de assentar seu discurso nos mesmos pressupostos desenvolvimentistas e modernizantes apregoados pela ditadura [...] a administração da recém-criada Universidade passa a seguir a orientação ideológica advinda dos princípios tornados oficiais e proclamados no País, sob o signo de uma pretensa neutralidade, que mais contribui para implantar e consolidar as estruturas autoritárias do poder vigente[...] (Nascimento et al., 2006:27).

Foi no Reitorado de José Maria Cabral Marques, entre 1979 e 1988, que a Instituição iniciou dois importantes projetos de extensão (ainda pilotos): o Projeto Integração Universidade/Município e o Projeto Colégio Universitário (COLUN). O primeiro começou no município de Paço do Lumiar, através de um convênio firmado com a prefeitura daquela cidade. Por meio dessa iniciativa, fortaleceu-se o ensino, com a inserção de professores titulados. Também nesse período, a interiorização foi intensificada com a estruturação das atividades acadêmicas nas cidades de Codó e Imperatriz, no ensino e na extensão, com uma série de ações na área da saúde e da educação.

Em 1985⁵⁰, a UFMA participou, pela primeira vez em sua história, de uma greve dos docentes das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES), com uma pauta específica, que tinha entre outras reivindicações: a realização imediata de eleições diretas para todos os níveis da administração; a elaboração de novo estatuto e regimento interno; a contratação de professores mediante concurso público. Segundo Nascimento et al. (2006), foi um momento de intensos debates sobre as contribuições da universidade brasileira e, especialmente, das instituições localizadas no Nordeste brasileiro, para a transformação das condições de vida do povo dessa região. Além disso, *A greve propiciou, também, a professores e alunos a conquista de um espaço crítico no qual é denunciado o status quo que se mantivera na Ufma, em maior ou menor grau, desde a sua criação* (Nascimento et al., 2006:28).

⁵⁰ Nesse mesmo ano, encerrando o ciclo da ditadura militar no país, assumiu a Presidência do Brasil o político maranhense José Sarney, que havia sido governador do Maranhão na década de 1960.

O período entre 1988 a 1992 é identificado como uma fase de transição da UFMA, marcada por um processo de mudança de um modelo centralizador para um mais democrático, caracterizado pela maior participação da comunidade universitária nos diversos níveis de colegiado. O estatuto da Universidade foi reformulado em 1998 e homologado em 1999, em atendimento à Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), de 20 de dezembro de 1996 (Nascimento et al.: 2006).

A história da Universidade Federal do Maranhão, suas relíquias e seus tesouros patrimoniais e arquitetônicos estão catalogados e em exposição permanente no Memorial Cristo Rei, térreo da Reitoria, na Praça Gonçalves Dias, centro da cidade de São Luís.

Hoje, com quase cinco décadas de existência, a UFMA é a única Universidade Federal do Estado⁵¹, com um *campi* na capital e em outras oito cidades, oferecendo cursos de graduação e pós-graduação presenciais e a distância. Por tratar-se do lócus de investigação desta tese, o contexto institucional atual da UFMA será abordado em item posterior. Prossegue-se, abaixo, com o histórico da implantação da educação superior no Maranhão, no âmbito da esfera pública estadual e no plano privado.

No terreno estadual, retomou-se, em 1967, a tarefa de implantar o ensino superior (a Escola de Agronomia havia sido encerrada em 1938), tendo como um dos principais objetivos contribuir para a formação do quadro de pessoal dos órgãos estaduais, conduzindo, assim, esse Estado brasileiro rumo à modernização desejada pelo projeto denominado “Maranhão Novo”, do governo de José Sarney (1966-1970) (Gonçalves, 2000).

O governador que o sucedeu, Pedro Neiva de Santana, ex-reitor da UFMA, criou, em 1972, a Federação das Escolas Superiores do Maranhão (FESM), para coordenar e integrar os estabelecimentos isolados já existentes: Escola de Administração, Escola de Engenharia, Escola de Agronomia e Faculdade de Formação de Professores para o 1º Ciclo, esta na cidade de Caxias. Posteriormente, em 1975, a FESM incorporou a Escola de Medicina Veterinária e, em 1979, a Faculdade de Educação de Imperatriz (UEMA, 2012).

A FESM foi transformada na Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), em 1981, e teve seu funcionamento autorizado em 1987. Atualmente, está estruturada em vinte e um *campi*, sendo um na capital, com trinta e nove cursos de graduação, três mestrados e vinte e quatro especializações, e vinte em várias outras cidades, oferecendo um total de 114 cursos de graduação nesses *campi*. Está vinculada à Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia,

⁵¹ No Brasil, há três tipos de universidades públicas e gratuitas: as federais, de responsabilidade do Governo Federal; as estaduais, na esfera das unidades federativas; e as municipais, geridas pelos municípios onde se localizam. Além dessas, há outros tipos de instituições de ensino superior, explicados mais à frente.

Ensino Superior e Desenvolvimento Tecnológico (SECTEC).

Também na esfera pública estadual, tem-se a Universidade Virtual do Maranhão (UNIVIMA), instituída em 2003, pela referida Secretaria, o que propiciou ao Estado integrar-se, posteriormente, ao Sistema Universidade Aberta do Brasil⁵². É uma autarquia destinada ao ensino, pesquisa e extensão, nas modalidades de ensino presencial e a distância, com o objetivo de democratizá-lo. Possui onze unidades de ensino instalados no Maranhão e treze pólos tecnológicos (salas de aula). Oferece dois cursos de pós-graduação *lato sensu*, graduação presencial e a distância, capacitação tecnológica, através dos Centros de Capacitação Tecnológica do Maranhão, e educação profissional, por meio do Centro Vocacional Tecnológico Estaleiro Escola do Maranhão (UNIVIMA, 2012).

No âmbito federal, mas não na categoria de universidade, tem-se o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA), nascido, em 2008, da integração do Centro Federal de Educação Tecnológica do Maranhão (criado em 1989, em uma transformação da então Escola Técnica Federal do Maranhão, com cursos de graduação e pós-graduação) e das Escolas Agrotécnicas Federais de Codó, São Luís e São Raimundo das Mangabeiras. Conta com cursos tecnológicos de nível médio desde 1910, se levar-se em consideração sua origem na Escola de Aprendizes Artífices, uma iniciativa do Governo Federal para dar formação voltada para o trabalho às classes economicamente desfavorecidas. Seu portfólio se constitui de dezoito *campi*, sendo três na capital e quinze no interior do Estado, onde são oferecidos os ensinamentos técnico, superior e tecnológico, nas formas presencial e a distância, além do desenvolvimento de projetos de pesquisa e extensão (IFMA, 2012).

Na iniciativa privada, somente em 1989⁵³ surgiu o Centro de Ensino Unificado do Maranhão (CEUMA), tendo sido a única instituição de ensino superior privada do Maranhão até 1997. No momento, está organizado em três *campi* em São Luís, com trinta e três cursos de graduação, dois mestrados e dois doutoramentos. Em 2012, foi credenciado como universidade (UNICEUMA, 2011).

Mais de duas décadas depois, o Maranhão já possui vinte e três instituições privadas, sendo dez na capital e treze em diversas cidades do interior, revela o mais recente

⁵² A Universidade Aberta do Brasil é um sistema integrado por universidades públicas que oferece cursos de nível superior para camadas da população que têm dificuldades de acesso à formação universitária, por meio do uso da metodologia da educação a distância. Atende o público em geral, mas os professores que atuam na educação básica têm prioridade de formação, seguidos dos dirigentes, gestores e trabalhadores em educação básica dos Estados, municípios e do Distrito Federal (UAB, 2012).

⁵³ Ano de fundação dessa Instituição de Ensino Superior (IES), embora o funcionamento dos seus cursos tenha ocorrido apenas em abril de 1990.

Censo da Educação Superior, de 2010 (INEP, 2010⁵⁴). Quanto à organização acadêmica, uma é universidade e as outras estão enquadradas na categoria de faculdades, escolas e institutos, com um total de trinta e cinco mil alunos na graduação em todo o Estado. No quesito categoria administrativa⁵⁵, dezoito são particulares, em sentido estrito; duas são privadas do tipo confessional; duas são privadas do tipo filantrópica e uma é privada confessional-filantrópica. Há, ainda, cerca de doze instituições privadas de outros Estados da Federação que mantêm pólos de ensino de graduação e de pós-graduação no Maranhão.

Visto o panorama do ensino superior maranhense, no qual se insere a UFMA, no item a seguir, tecem-se considerações sobre a reforma universitária no Brasil, com a intenção de trazer mais elementos que conduzam à compreensão da estrutura e ações dessa Instituição no terreno dos interesses desta tese, contextualizando-a no cenário nacional.

5.2 Considerações sobre a reforma universitária no Brasil

Para introduzir-se o tema destas considerações, comenta-se, de forma breve, o ponto de vista de Boaventura de Souza Santos (2008) sobre a reforma universitária. Esse vem ao encontro da questão das políticas afirmativas de acesso e permanência das classes populares no ensino universitário público e gratuito, aspecto que permeia os relacionamentos observados nesta investigação, como será visto no capítulo sete.

Santos (2008) propõe uma reforma da universidade em um movimento contrário à globalização neoliberal que a tem empurrado para a mercadorização – uma reforma que reflita um projeto de país, por sua vez resultante de contratos políticos e sociais, dentre eles o educacional, de universidade como bem público, com o objetivo de [...] *responder positivamente às demandas sociais pela democratização radical da universidade, pondo fim a uma história de exclusão de grupos sociais e seus saberes de que a universidade tem sido protagonista ao longo do tempo* (Santos, 2008:37).

Em seu percurso histórico, além de excluir, a universidade teorizou a inferioridade das classes populares e o conhecimento por elas produzido, em nome da prioridade epistemológica da ciência. Ao considerar o conhecimento científico como a única forma de

⁵⁴ Não foi possível ter acesso a dados posteriores a 2010.

⁵⁵ No Brasil, ao lado das instituições públicas de ensino superior, existem as instituições privadas, criadas e mantidas com recursos particulares; as confessionais, que adotam uma confissão religiosa explícita no desempenho de suas atividades e são pagas; e as filantrópicas - universidades que, por lei, concedem bolsas totais ou parciais para alunos carentes e são isentas do pagamento da contribuição patronal ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), cujo valor é revertido em bolsas, a partir de 50% do valor da mensalidade, para que mantenham a filantropia na razão social.

conhecimento válida, desvalorizando e desqualificando o não-científico, a universidade contribuiu para a marginalização dos grupos sociais que só dispunham dessa forma de conhecimento, afirma o autor.

Santos (2008) destaca que programas de ação afirmativa devem confrontar as discriminações raciais e étnicas, visando não só o acesso ao ensino superior, mas também o acompanhamento dos universitários, em especial nos primeiros anos, onde são altas as taxas de abandono. É, principalmente, no sentido desse acesso que têm sido desenvolvidas políticas socioeducacionais de inclusão no Brasil, na última década.

Embora tenha-se conhecimento que muitas das medidas nesse âmbito que aqui apresentam-se são matérias de intensos debates de grupos internos e externos à universidade brasileira, não se intenciona demarcar posicionamentos favoráveis ou desfavoráveis a cada uma delas. O objetivo é cenarizar o ensino superior no Brasil na contemporaneidade, demonstrando-se, abaixo, algumas iniciativas governamentais de reforma universitária que contemplam a inclusão social.

No processo de elaboração de uma política educacional orientada pelos valores da diversidade e do direito à diferença, o Ministério da Educação e Cultura (MEC), em 2002, criou o Programa Diversidade na Universidade, que enfoca a promoção da equidade e diversidade na educação superior para afrodescendentes, indígenas e outros grupos socialmente desfavorecidos no país. Além de apoiar a formulação de políticas públicas de inclusão social e combate à discriminação étnico-racial para os ensinos médio e superior, foi definido como objetivo relevante do Programa o apoio, o desenvolvimento e a avaliação de Projetos Inovadores de Curso (PIC's), idealizados para contribuir com a ampliação do número de estudantes naquelas condições nas universidades brasileiras.

Os PIC's fundamentam-se na preparação de tais grupos para o vestibular⁵⁶ (e, atualmente, para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), que será abordado à frente), através dos chamados cursinhos pré-vestibulares gratuitos, cujos projetos-piloto realizaram-se nos Estados da Bahia, São Paulo e Rio de Janeiro, em 2002. Hoje, muitas universidades oferecem cursinhos da cidadania, nos quais universitários tornam-se professores dos candidatos aos processos seletivos de ingresso a uma universidade pública que não podem frequentar cursos preparatórios pagos.

⁵⁶ O vestibular é uma modalidade de ingresso nos cursos de graduação das universidades públicas e privadas brasileiras, que seleciona e classifica candidatos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente. A partir de 2010, muitas delas adotaram outra forma de seleção, o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM).

No terreno dos processos de ingresso ao ensino superior, as discussões, inclusive no campo jurídico⁵⁷, sobre a adoção de cotas sociais e raciais pelas universidades públicas brasileiras começaram com o Projeto de Lei (PL) nº 73, de 1999 (Brasil, 1999). Este instituiu, naquelas instituições, o Sistema Especial de Reserva de Vagas para estudantes egressos de escolas públicas, em especial negros e indígenas, com prioridade para aqueles que tivessem renda mensal de até 1,5 salário mínimo⁵⁸ *per capita*. Tal Projeto, depois de receber três substitutivos, foi incorporado, em 2004, ao Projeto de Lei nº 3.627, do Governo Federal brasileiro, e, em 2008, foi transformado no Projeto de Lei nº 180, da Câmara dos Deputados.

O PL original destinava, no mínimo, 50% das vagas em universidades públicas federais a alunos que tivessem feito todo o ensino médio na rede pública. Essa reserva deveria considerar os percentuais de participação de negros, pardos e indígenas na população do Estado da universidade, de acordo com o último Censo do IBGE. O Projeto previa, ainda, que o Poder Executivo deveria promover, no prazo de dez anos a contar da publicação da lei, a revisão do programa de acesso nas instituições de educação superior.

Esse PL foi referência para as universidades federais (e algumas estaduais) para a adoção das cotas nos vestibulares e no Enem, embora ainda não obrigatória. Os programas afirmativos para inclusão de estudantes negros, pardos (mestiços) e índios iniciaram-se em 2003, na Universidade Estadual do Rio de Janeiro e na Universidade de Brasília.

Em junho de 2012, o PL nº 180/2008 (Brasil, 2008), que dispõe sobre o ingresso nas universidades federais e nas instituições federais de ensino técnico de nível médio, depois de ser aprovado pela Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa (CDH) do Senado Federal e Comissão de Educação, Cultura e Esporte (CE) e pela plenária do Senado, foi sancionado pela Presidente da República, Dilma Rousseff. A Lei nº 12.711 (Brasil, 2012b), que dispõe sobre o tema, conhecida como “Lei das Cotas”, foi publicada no Diário Oficial da União, no dia 29 de agosto de 2012. Tal Lei foi regulamentada pelo Decreto nº 7.824, de 11 de outubro daquele mesmo ano (Brasil, 2012c).

Até a aprovação da “Lei das Cotas”, cada universidade e instituto federal (ensino médio) tinha autonomia para decidir se adotava ou não uma política de ação afirmativa. Atualmente, não existe cota social em vinte e sete e apenas vinte e cinco delas possuem

⁵⁷ A reserva de vagas foi matéria do Supremo Tribunal Federal, que, por unanimidade, em abril de 2012, decidiu pela constitucionalidade da mesma (Santos, 2012).

⁵⁸ Atualmente, o valor do salário mínimo brasileiro é de R\$ 622,00, o que equivale a, aproximadamente, 248,80 euros.

reserva de vagas ou sistema de bonificação para estudantes negros, pardos e indígenas, ou seja, algum tipo de cota racial (G1, 2012a).

Após a aprovação da Lei, a reserva de, no mínimo, 50% das vagas para estudantes oriundos de escolas públicas⁵⁹, em cada concurso seletivo para ingresso nos cursos de graduação, por curso e turno, torna-se obrigatória a partir de 2016 para as cinquenta e nove universidades federais e para os quarenta institutos federais (ensino médio e/ou superior). Entretanto, essas instituições terão que implementar, a cada ano, no mínimo 25% da reserva prevista na Lei (Brasil, 2012c).

São três os critérios para os 50% de vagas reservadas⁶⁰: rede de ensino, renda familiar e cor e raça. Para os cursos de ensino superior, as vagas reservadas serão destinadas, em sua totalidade, aos candidatos que tiverem cursado todos os anos do ensino médio em escola pública e para os cursos de ensino médio será exigido que os candidatos tenham cursado todos os anos do ensino fundamental na rede pública. A lei não obriga que os candidatos aos cursos superiores tenham feito o ensino fundamental na rede pública.

Metade das vagas reservadas para egressos da rede pública de ensino (ou seja, 25% do total de vagas oferecidas) serão destinadas a candidatos provenientes de famílias com renda familiar bruta mensal igual ou inferior a 1,5 salário mínimo *per capita*⁶¹. A porcentagem da cota para os autodeclarados pretos, pardos e indígenas não é fixa e varia para cada unidade da Federação, sendo definida pela proporção dessas populações indicada no último Censo do IBGE referente ao Estado em que está a instituição de ensino. Esse cálculo é feito levando em consideração apenas as vagas reservadas pela Lei, ou seja, a cota racial está dentro da cota social de 50%.

Caso não haja candidatos suficientes para preencher a cota racial, as vagas remanescentes serão disputadas por aqueles que não se encaixam no critério de cor e raça, mas são oriundos de escolas públicas. A Lei determina que o critério racial seja definido por

⁵⁹ Atualmente, 88% dos alunos do ensino médio no Brasil frequentam a rede pública. São 891 mil, contra 246 mil em escolas privadas (O Globo, 2012).

⁶⁰ Para auxiliar as universidades federais no processo de adaptação, o MEC vai disponibilizar para as instituições um *software* que calcula o quantitativo de vagas que devem ser reservadas a cada público.

⁶¹ Razão entre a renda familiar bruta mensal e o total de pessoas da família. A apuração e a comprovação da renda familiar bruta mensal *per capita* tomarão por base as informações prestadas e os documentos fornecidos pelo estudante, em procedimento de avaliação socioeconômica a ser disciplinado em edital próprio de cada instituição federal de ensino, observado o disposto na Portaria Normativa nº 18 do MEC. O edital estabelecerá, dentre outros, os formulários próprios para a prestação e a comprovação dos dados socioeconômicos pelo estudante, após a confirmação de sua classificação dentro do número de vagas reservadas para o critério de renda; os documentos necessários à comprovação da renda familiar bruta mensal *per capita* e poderá prever a possibilidade de realização de entrevistas e de visitas ao local de domicílio do estudante, bem como de consultas a cadastros de informações socioeconômicas (Brasil, 2012d).

meio da autodeclaração. Isso quer dizer que os candidatos pretos, pardos e indígenas são reconhecidos quando assim se declaram no ato de inscrição do processo seletivo.

Segundo a Presidente da República do Brasil, Dilma Rousseff, a “Lei das Cotas” vai melhorar o acesso à educação no país e saldar uma dívida histórica do Brasil com os jovens brasileiros mais pobres. Para ela, trata-se de democratizar o acesso às universidades, sem abrir mão do mérito e do esforço de cada aluno (G1, 2012c).

O Ministro da Educação, Aloizio Mercadante, garante que os jovens da rede pública receberão um auxílio permanência e que serão discutidas com reitores e secretários de educação formas de dar apoio pedagógico aos estudantes aprovados pelas cotas que necessitem de nivelamento de conhecimento (UFMA, 2012).

Nesse sentido, o MEC vai criar um programa nacional, com implementação até 2013, para capacitar os alunos cotistas que ingressarem nas universidades federais, com o objetivo de sanar deficiências dos alunos de escolas públicas, garantindo que não só entrem como concluam o curso com os demais estudantes. Segundo o Ministro, essa capacitação deverá ser promovida pelas universidades, com professores ou alunos de pós-graduação, que exercerão o papel de tutores para acompanhar os cotistas no início do curso e corrigir as dificuldades, dentro de uma política de acolhimento (Acayaba, 2012).

Prosseguindo-se com a cenarização da reestruturação da educação superior no país, o MEC, em 2004, criou o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), com o objetivo de orientar as instituições de ensino no que se refere à expansão da oferta de cursos e vagas, melhorar a qualidade da educação superior e promover a responsabilidade social das Instituições de Ensino Superior (IES), respeitando a identidade institucional e a autonomia de cada uma.

Tal Sistema é formado por três componentes principais: a avaliação das instituições, dos cursos e do desempenho dos estudantes, através de uma série de instrumentos complementares (auto-avaliação, avaliação externa, avaliação das condições de ensino, Exame Nacional de Desempenho de Estudantes⁶² (Enade), censo e cadastro), cuja integração permite a atribuição de conceitos, ordenados numa escala com cinco níveis, a cada uma das dimensões e ao conjunto das dimensões avaliadas.

⁶² Exame que tem o objetivo de aferir o rendimento dos alunos dos cursos de graduação em relação aos conteúdos programáticos, suas habilidades e competências. É considerado componente curricular obrigatório dos cursos de graduação, sendo inscrita no histórico escolar do estudante somente a sua situação regular com relação a essa obrigação (não inclui a nota obtida). É aplicado por meio de procedimentos amostrais, ao final do primeiro e do último ano do curso, com uma periodicidade máxima trienal. O MEC define, anualmente, as áreas que serão avaliadas a partir das propostas da Comissão de Avaliação da Educação Superior (Conaes), órgão colegiado de coordenação e supervisão do Sinaes (MEC, 2012c).

São examinados, nesse processo, todos os aspectos referentes ao ensino, pesquisa, extensão, responsabilidade social (especialmente no que tange a inclusão social), desempenho dos alunos, gestão da instituição, corpo docente, instalações e outros. Os resultados das avaliações são utilizados pelas IES para orientação da sua eficácia institucional e efetividade acadêmica e social; pelos órgãos governamentais para orientar políticas públicas e, pelos estudantes, pais de alunos, instituições acadêmicas e público em geral, para guiar suas decisões quanto à realidade dos cursos e das instituições (MEC, 2012c).

Em 2005, foi a vez do Governo Federal criar o Programa Universidade para Todos (ProUni), destinado à concessão de bolsas de estudo integrais e parciais de 50% ou de 25% para estudantes de cursos de graduação e cursos seqüenciais de formação específica⁶³, em instituições privadas de ensino superior, com ou sem fins lucrativos. A contrapartida do Governo Federal para as instituições que oferecem de 10 a 20% de vagas em seus cursos para o Programa é a isenção de alguns tributos fiscais (MEC, 2012d).

Tal Programa destina-se a estudante que tenha cursado o ensino médio completo em escola da rede pública ou em instituições privadas na condição de bolsista integral; estudante portador de deficiência, nos termos da lei; professor da rede pública de ensino, para os cursos de licenciatura, normal superior e pedagogia, independentemente da renda daquele. O candidato é pré-selecionado pelos resultados e pelo perfil socioeconômico do Enem, desde a criação desse exame, ou outros critérios definidos pelo MEC, e, na etapa final, selecionado pela IES, segundo critérios próprios.

O ProUni reserva bolsas de estudo aos autodeclarados indígenas, pardos ou pretos, desde que atendam às demais exigências. O percentual de bolsas destinadas aos cotistas é igual ao número de cidadãos pretos, pardos e indígenas, em cada Estado, segundo o último censo do IBGE.

Para concorrer às bolsas integrais o candidato deve ter renda familiar de até 1,5 salário mínimo e para as bolsas parciais (50%) de até três salários mínimos. Os outros 50% da mensalidade poderá ser custeado pelo Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior (FIES), sem a necessidade de apresentação de fiador na contratação do financiamento.

⁶³ Os cursos sequenciais são considerados uma modalidade de curso superior onde os alunos podem, após concluírem o ensino médio, obter uma qualificação superior, ampliando seus conhecimentos em um dado campo do saber, sem a necessidade de ingressar em um curso de graduação. Com relação à titulação, os cursos sequenciais não conferem títulos equivalentes ao de bacharel, tecnólogo ou licenciado, tradicionalmente existentes para cursos de graduação (MEC, 2012a).

No primeiro semestre de 2012, foram oferecidas 194.311 bolsas do ProUni, das quais 98.383 eram integrais e 95.928 parciais, nos vinte e seis Estados brasileiros e no Distrito Federal (MEC, 2012c). No Maranhão, totalizaram 3.441, das quais 1.205 integrais e 2.236 parciais.

O já citado Enem foi criado em 1988, com a finalidade de avaliar o desempenho do estudante ao fim da escolaridade básica, sem, no entanto, ter caráter obrigatório. Em 2009, o exame foi reformulado e passou a ser uma modalidade alternativa ou complementar aos exames de acesso, não somente à educação superior, como aos cursos profissionalizantes, através da pontuação obtida pelo aluno (muitas vezes também utilizada como critério seletivo pelas instituições privadas). Com isso, o governo objetiva democratizar as oportunidades de acesso às vagas federais de ensino superior, possibilitar a mobilidade acadêmica e induzir à reestruturação dos currículos do ensino médio (INEP, 2009; MEC, 2012b).

As universidades, ao adotarem o Enem, continuam autônomas e podem optar entre quatro possibilidades de utilização do novo exame como processo seletivo: fase única, por meio do Sistema de Seleção Unificada (Sisu), informatizado e *on-line*; primeira fase; combinado com o vestibular da instituição ou fase única para as vagas remanescentes do vestibular.

O candidato a uma vaga, ao efetuar a inscrição no Sisu, via portal do MEC, sem pagamento de taxas, deve escolher, por ordem de preferência, até duas opções nas vagas ofertadas pelas instituições de todo o país, participantes do Sisu. Também deve definir se deseja concorrer às vagas de ampla concorrência (critério universal) ou às vagas destinadas às políticas afirmativas (critério das cotas). Ao final da etapa de inscrição, o Sistema seleciona, automaticamente, os candidatos melhores classificados em cada curso, de acordo com suas notas no Enem realizado no ano anterior.

Quando não aprovados na primeira opção, em nenhuma das três chamadas, os candidatos podem constar da lista de espera do Sisu, desde que apontem seu interesse na vaga, durante o período indicado divulgado. Essa lista de espera não considera reservas de vagas para cotas e bônus eventualmente atribuídos pelas instituições. O uso da lista de espera do Sisu para convocação dos candidatos é feito a critério de cada instituição, que pode disponibilizar vagas para as políticas afirmativas.

Em 2011, foram mais de 6,2 milhões de candidatos ao Enem em todo o país, dos quais mais de 211 mil eram do Maranhão. Em 2012, as inscrições ultrapassaram a ordem dos 6,4 milhões, com 224 mil naquele Estado. O grande número de inscrições é atribuído ao fato de cinquenta e seis universidades e institutos federais usarem as notas do Exame como

critério, através do SiSu, assim como para a seleção de bolsas do ProUni, como se viu, e do Ciência Sem Fronteiras⁶⁴ (G1, 2012b, Brasil Escola, 2012).

No Maranhão, duas instituições públicas usam a nota do Enem para ingresso de alunos: a Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e o Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA). A Universidade Estadual do Maranhão (UEMA) ainda realiza o vestibular tradicional, mas já estuda a possibilidade de adotar a nota do Enem como forma de ingresso.

Em continuidade à criação de mecanismos para a reforma universitária e crescimento do ensino superior público, o Governo Federal adotou, em 2007, uma série de medidas, através do programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni). O objetivo deste é criar condições para a ampliação do acesso e permanência na educação superior, no nível de graduação, e do aumento da qualidade dos cursos e pelo melhor aproveitamento da estrutura física e de recursos humanos existentes nas universidades federais, respeitadas as características particulares de cada instituição e estimulada a diversidade do sistema de ensino superior (MEC, 2007). Para tanto, cada universidade federal precisava manifestar o interesse em aderir ao programa, o que foi feito por todas as instituições, desde o lançamento do Reuni.

As diretrizes para o Reuni foram estruturadas em seis dimensões que comportam o aumento de vagas de ingresso, especialmente no período noturno; criação de universidades ou *campi* em um número maior de cidades; reorganização dos cursos de graduação; promoção de inovações pedagógicas; mobilidade estudantil intra e inter-institucional. No quesito do compromisso social, a ênfase está nas políticas de inclusão, programas de assistência estudantil e políticas de extensão universitária.

De acordo com o relatório da pesquisa sobre o Perfil Socioeconômico e Cultural dos Estudantes de Graduação das Universidades Federais Brasileiras⁶⁵ (FONAPRACE, 2011), o Reuni permitiu a estas instituições a retomada do processo de crescimento, a partir de 2008,

⁶⁴ Ciência sem Fronteiras é um programa que busca promover a consolidação, expansão e internacionalização da ciência e tecnologia, da inovação e da competitividade brasileira, através do intercâmbio e da mobilidade internacional. A iniciativa é fruto de esforço conjunto dos Ministérios da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) e do Ministério da Educação (MEC), por meio de suas respectivas instituições de fomento – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) –, e Secretarias de Ensino Superior e de Ensino Tecnológico do MEC (Ciência sem Fronteiras, 2012).

⁶⁵ Tal pesquisa foi encomendada, em 2010, pela Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (ANDIFES) ao Fórum Nacional de Pró-Reitores de Assuntos Comunitários e Estudantis (FONAPRACE), com o objetivo de mapear a vida social, econômica e cultural dos estudantes de graduação presencial das universidades federais brasileiras, cujos resultados foram divulgados em julho de 2011.

e a maior inclusão de estudantes na educação superior, oportunizando o ingresso de 680 mil estudantes a mais nos cursos de graduação.

A interiorização do ensino superior também foi ampliada, segundo o MEC, sendo que, somente em 2012, foram criadas mais quatro novas universidades federais, no Pará, Bahia e Ceará, além de terem sido abertos quarenta e sete novos *campi* universitários e 120 unidades dos institutos federais de educação, ciência e tecnologia distribuídos por todo o país. Desde 2003, contabilizam-se mais catorze universidades federais e mais cem *campi* dentre as instituições novas e as já existentes e registra-se a ampliação do número de municípios atendidos, que passou de 114, em 2003, para 237, em 2011. Nesse processo, a UFMA ganhou mais um campus, na cidade de Balsas, no sul do Estado do Maranhão.

Para o alcance das metas de ampliação das políticas de inclusão e assistência estudantil, no âmbito do Reuni, foi criado o Programa Nacional de Assistência Estudantil (PNAES), em 2008, com o objetivo de atender às necessidades relativas à permanência e à conclusão do curso pelos estudantes em vulnerabilidade socioeconômica, por meio da articulação de ações assistenciais, na perspectiva da inclusão social, da melhoria do desempenho acadêmico e da qualidade de vida. No mesmo ano, o PNAES foi instituído na Secretaria de Educação Superior (SESu/MEC) e, em 2010, consolidado como Programa de Estado. O investimento aumentou de 295 milhões de reais⁶⁶, em 2010, para 395 milhões de reais⁶⁷, em 2011.

Na esteira da reforma universitária no Brasil, não faltam críticas às iniciativas aqui demonstradas. Por exemplo, sabe-se que o ProUni veio para socorrer as instituições privadas de ensino à custa de isenções fiscais, colocando em risco a qualidade da formação acadêmica. Pode ser observado como mais uma estratégia de “popularização” da universidade, contra o tradicional elitismo que sempre a caracterizou, e como parte do processo de maquiagem dos problemas de desigualdades sociais, econômicas e educacionais no Brasil.

Quanto ao ProUni, para que seja verdadeiramente um programa de ação afirmativa, o Programa deve ir além da ampliação de matrículas na educação superior e acompanhar o ensino oferecido pelas instituições participantes e a permanência qualificada dos alunos. Nesse sentido, uma das mudanças previstas no Programa é a isenção de impostos de acordo com as bolsas oferecidas de fato, para evitar que tais instituições inflacionem o número de vagas, com vistas a receber mais bolsas (e isenções).

⁶⁶ O que equivale a, aproximadamente, 118 milhões de euros.

⁶⁷ O que equivale a, aproximadamente, 158 milhões de euros.

Já no que tange a política de reserva de vagas comentado acima, alega-se que houve um “nivelamento por baixo” do ensino superior brasileiro, ao possibilitar o acesso de estudantes sem mérito para tal, ao invés de serem repensados os ensinos fundamental e médio oferecidos pelos governos federal, estaduais e municipais. O pano de fundo dessa discussão é a contraposição entre a democratização do acesso e a meritocracia e as dificuldades em aplicar o critério racial na altamente miscigenada sociedade brasileira.

Convém evidenciar que, em sua essência, as políticas afirmativas constituem-se medidas emergenciais, de caráter transitório, para corrigir distorções sociais, muitas vezes históricas. São destinadas a grupos colocados à margem da sociedade em função de sua situação socioeconômica, comumente associada a questões étnicas, com o objetivo de promover a inclusão daqueles, por meio da igualdade de oportunidades e condições. Somente o critério da cor da pele, de forma isolada, não justifica o recurso de políticas afirmativas.

Nas ações afirmativas está implícito o respeito à diversidade e delas devem ser eliminadas qualquer forma de favorecimento e possibilidade de prosseguimento após o alcance das metas, sob pena de gerar-se uma inversão de situação entre incluídos e excluídos.

O Reuni, como parte do processo de mudanças na educação superior brasileira, também sofre duras críticas, desde o seu início, pelo rápido processo de aprovação e de adesão das universidades federais, sem uma análise aprofundada do mesmo. Alguns pontos, como o imediato aumento das vagas discentes e a abertura de cursos noturnos, por exemplo, são questionados no que tange as condições de trabalho dos professores e técnicos-administrativos e os impactos nas cargas horárias para as atividades de extensão e pesquisa, com reflexos na qualidade do ensino.

No cenário da expansão da educação superior no Brasil, o país tem, pelo Censo de 2010⁶⁸, 2.378 instituições de ensino superior, sendo cinquenta e nove universidades federais e quarenta institutos federais, 108 universidades estaduais, setenta e uma municipais e 2.100 privadas (INEP, 2010). Segundo os primeiros dados do Censo de 2011 (Portal Planalto, 2012), divulgados em outubro de 2012, são 1.032.936 matrículas na rede federal, 619.354 na estadual, 121.025 na municipal e 4.966.374 no âmbito privado. No total, são 6,7 milhões de pessoas matriculadas em cursos de ensino superior, o equivalente a 27,8% da população brasileira dos 18 aos 24 anos.

Dentre o contingente dos alunos das instituições federais, o relatório do Perfil Socioeconômico (FONAPRACE, 2011) indica que 44% pertencem às classes C, D e E, com

⁶⁸ Não estão disponíveis dados posteriores a 2010.

maiores percentuais nas regiões Norte (69%) e Nordeste (52%). À classe B pertencem 41% e à classe A 15%. Quanto à renda familiar, 41% das famílias recebem até três salários mínimos, porém este percentual cresce, significativamente, nas regiões Nordeste e Norte para 50% e 63%, respectivamente, e cai, sensivelmente, nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste para 31, 32 e 33%. De acordo com aquele relatório, esse conjunto de informações reflete a queda de um “mito”, presente em alguns setores da sociedade brasileira, de que os estudantes das federais são, em sua maioria, os mais ricos.

Os estudantes de cor branca são em 54%, em especial na classe A (74%), tendo havido um aumento de 5,9% no percentual de estudantes de etnia preta (concentrados nas classes C, D e E), em 2004, para 8,7%, em 2010, em todas as regiões. Esse aumento, no Nordeste, foi, naqueles anos, de 8,6% para 12,58%.

Segundo o Censo do Ensino Superior de 2011, 17,8% dos jovens brasileiros entre 18 e 24 anos estão cursando ou já se formaram em uma instituição de ensino superior. Deste total, apenas 8,8% dos jovens negros naquela faixa etária frequentam ou concluíram o ensino superior, apesar de representarem mais de 50% da população brasileira (INEP, 2011).

Segundo o Ministro da Educação, a meta é que a presença de negros no nível superior seja proporcional ao Censo Nacional, ou seja, que os negros tenham no curso superior o mesmo peso que possuem na população brasileira. Para ele, uma década a partir do ano de 2012 é um período razoável para diminuir essa desigualdade (Passarinho, 2012).

Metade dos estudantes nas universidades federais brasileiras é oriunda exclusivamente da escola pública (44,8%) ou cursaram a maior parte do ensino médio na escola pública (5,6%). Os maiores percentuais são verificados nas regiões Norte (71,5% e 6,8%) e Sul (50,6 e 5,6%), enquanto a região Sudeste registra os menores percentuais (37,0 e 4,4%).

No que toca a participação em programas de assistência estudantil, em torno de 15% dos estudantes utilizam os programas de alimentação, nos restaurantes universitários, sendo os estudantes das classes C, D e E os mais beneficiados por esses programas. O mesmo percentual, nessas classes, também são registrados no que se refere ao trancamento do curso por impedimento financeiro.

Ainda aponta o relatório que essa nova configuração do cenário universitário brasileiro é resultante, sobretudo, da institucionalização, nos últimos anos, das várias políticas de inclusão, em especial das modalidades de ações afirmativas e, também, do programa de expansão das Universidades Federais, o Reuni.

Em função dos objetivos desta tese, observa-se que a problemática da inclusão social no âmbito do movimento de reforma da universidade também envolve as atividades de extensão. Nesse sentido, a reforma deve concebê-las

[...]de modo alternativo ao capitalismo global, atribuindo às universidades uma participação activa na construção da coesão social, no aprofundamento da democracia, na luta contra a exclusão social e a degradação ambiental, na defesa da diversidade cultural[...] (Santos, 2008:66-67).

A Reforma Universitária de 1968 tornou a extensão obrigatória em todos os estabelecimentos de ensino superior e nas universidades brasileiras, no formato de cursos e serviços especiais estendidos à comunidade, em substituição ao caráter assistencialista das primeiras atividades registradas (PROEX, 2007). A extensão é o eixo do ensino superior que mais pode aproximar a universidade da sociedade que a mantém financeiramente, no pleno exercício do seu papel social, em resposta às demandas dos segmentos populares, em especial no Brasil, onde as classes D e E equivalem a quase 35% da população. Para o reitor da UFMA, *É o pilar mais importante da missão de uma universidade, a forma mais inteligente, mais prática e significativa da instituição se articular e ir ao encontro da sociedade*[...](E-1).

O fortalecimento da sociedade civil brasileira, principalmente nos setores comprometidos com as classes populares, ocorrido mais fortemente na década de oitenta do século passado, possibilitou a discussão de um novo paradigma para a universidade nacional, sua relação com a sociedade e o papel da extensão, baseada na redefinição das práticas de ensino, pesquisa e extensão até então vigentes. Nesse sentido, o Plano Nacional de Extensão Universitária (PNE), elaborado em 1987, reflete o compromisso da universidade com a transformação da sociedade brasileira em direção à justiça, à solidariedade e à democracia, reconhece a autonomia da instituição e apresenta propostas orientadas por valores civilizatórios, definindo a extensão como

o processo educativo, cultural e científico que articula o Ensino e a Pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre Universidade e Sociedade. A Extensão é uma via de mão-dupla, com trânsito assegurado à comunidade acadêmica, que encontrará, na sociedade, a oportunidade de elaboração da práxis de um conhecimento acadêmico. No retorno à Universidade, docentes e discentes trarão um aprendizado que, submetido à reflexão teórica, será acrescido àquele conhecimento. Esse fluxo, que estabelece a troca de saberes sistematizados, acadêmico e popular, terá como conseqüências a produção do conhecimento resultante do confronto com a realidade brasileira e regional, a democratização do conhecimento acadêmico e a participação efetiva da comunidade na atuação da Universidade (PROEX, 2007:12).

Tal definição sinaliza para uma universidade voltada para os problemas da sociedade, em especial da região na qual se insere. Como partícipe dessa sociedade, a universidade deve interagir com grupos sociais, integrar os movimentos sociais e questionar a situação de desigualdade e exclusão existente no Brasil, por meio de suas atividades de ensino, pesquisa e extensão, em busca da superação de tais problemas.

A indissociabilidade ensino-pesquisa-extensão é a base do processo de geração de conhecimento para a transformação social, no qual o estudante protagoniza sua formação técnica para obtenção de competências necessárias à atuação profissional e sua formação cidadã, reconhecendo-se agente da garantia de direitos e deveres e comprometendo-se com aquela transformação (PROEX, 2007).

A extensão universitária representa o reconhecimento das demandas sociais periféricas e a efetivação da função social da universidade, consumada pelo tratamento científico aos temas emergentes, com retorno à sociedade. A universidade, dessa forma, deve tematizar questões de interesse do bem estar social, e, ao mesmo tempo, disponibilizar o conhecimento que produz, posicionando-se como partícipe do espaço público contemporâneo.

A UFMA, nesse sentido,

tem procurado fazer com que os projetos desenvolvidos não sejam só de cunho acadêmico ou de retorno para os professores, em seus currículos, mas que possam deixar um fruto de emancipação para a sociedade, para as comunidades assistidas [...]romper a visão de assistencialismo, levar o conhecimento que é produzido dentro da universidade, as competências que estão aqui sendo desenvolvidas com recurso público [...]fazer com que as pessoas alcancem autonomia, consigam desenvolver suas próprias capacidades (E-5⁶⁹).

Conhecido o macro cenário da educação superior brasileira e maranhense, procede-se, a seguir, com a cenarização da UFMA em termos de estrutura e composição administrativa e acadêmica, com ênfase para as iniciativas implementadas no plano da inclusão social, em parte em atendimento às diretrizes governamentais vistas. Finaliza-se com uma exposição sobre a comunicação na Instituição, na qual abordam-se questões referentes à responsabilidade pela construção dos relacionamentos da Universidade com grupos de interesse, antecedendo os dois últimos capítulos do estudo empírico da tese.

⁶⁹ Coordenadora geral do Conexões de Saberes e chefe do Departamento de Extensão da Universidade.

5.3 A Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Na condição de Instituição Pública de Ensino, a UFMA tem uma tripla missão: oferecer ensino de qualidade, produzir e divulgar conhecimentos e fazer chegar à comunidade os resultados do conhecimento adquirido e produzido, o que se traduz no tripé do Ensino, da Pesquisa e da Extensão (UFMA, 2010).

Nesse contexto, de acordo com o Reitor da Instituição, a função social da UFMA

[...]é de interagir com as demandas sociais, com a sociedade que financia os serviços públicos, e promover, com base no ensino, pesquisa e extensão, o desenvolvimento da ciência e de conhecimento que possa mudar a realidade social maranhense[...] (E-1).

No campo do ensino, a UFMA oferece, hoje, setenta e três cursos de graduação presenciais nas áreas de Tecnologia, Saúde, Humanas e Sociais, distribuídos em nove *campi*: na capital São Luís (Campus do Bacanga), com quarenta e oito cursos, Imperatriz (oito), Pinheiro (dois), Codó (dois), Chapadinha (três), Bacabal (dois), Grajaú (dois), Balsas (em implantação) e São Bernardo (dois). Na modalidade do ensino a distância, abordada no item à frente sobre as ações de inclusão social, são doze cursos de graduação.

A Instituição também promove o ensino básico, médio e profissional, através do Colégio Universitário, que funciona como campo de estágio curricular para os diferentes cursos de formação de professores da UFMA.

Ainda no campo do ensino, a Universidade, em vários municípios do Maranhão, oferece cursos de licenciatura para docentes que se encontram em pleno exercício da profissão, mas não possuem formação superior, por meio do Programa Especial de Formação de Professores para a Educação Básica (PROEB). Em nível de pós-graduação *stricto sensu*, totaliza vinte e dois mestrados, seis doutoramentos, um mestrado interinstitucional e dez doutoramentos interinstitucionais (realizados em conjunto com universidades de outros Estados brasileiros). Em nível *lacto sensu*, são cinquenta cursos de especialização presenciais e dez a distância, por ano.

Com 146 grupos de pesquisa cadastrados em todas as grandes áreas de pesquisa e 199 projetos de pesquisa voltados para problemas da região, realizados por seus docentes em parceria com as agências nacionais e locais de fomento à pesquisa, assim como com o setor produtivo local, a UFMA desenvolve 76% dos projetos de pesquisa aprovados pelo CNPq no Estado do Maranhão, estando sob sua responsabilidade 86% dos bolsistas de produtividade do CNPq do Estado e 70% das bolsas de iniciação científica destinadas ao Maranhão por esse Conselho.

A Instituição desenvolve, no momento, cerca de 156 projetos de extensão, que abrangem ações de organização social, produção, inovações tecnológicas, capacitação de recursos humanos e valorização da cultura da sociedade maranhense, e quatro programas em execução na Instituição, dentre os quais está o “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares”, que ganhará destaque em item posterior, neste capítulo.

Conforme dados de 2012, a UFMA é composta, atualmente, por 16.899 alunos de graduação presencial; 909 alunos de graduação a distância; 3.487 alunos de graduação em programas especiais; 1.633 alunos de pós-graduação *stricto e lacto sensu* presencial (837 e 794, respectivamente); 3.153 alunos de pós-graduação a distância; 853 alunos no ensino fundamental, médio e técnico no Colégio Universitário (COLUN); 1.623 técnicos-administrativos (incluindo os lotados no hospital universitário) e 1.260 docentes efetivos⁷⁰. Dispõe de servidores terceirizados na área de limpeza, vigilância e apoio administrativo.

A administração é estruturada em órgãos deliberativos e executivos, através de conselhos, órgãos centrais, auxiliares, acadêmicos e núcleos operacionais, a saber:

a- Órgãos deliberativos

- Colegiados Superiores: Conselho Diretor (CD), Conselho de Ensino e Pesquisa (CONSEPE) e Conselho de Administração (CONSAD), que formam o Conselho Universitário (CONSUN), assessorados por suas respectivas Câmaras;
- Colegiados da Administração Acadêmica: Conselhos de Centro, Assembléias Departamentais e Colegiados de Cursos.

b- Órgãos executivos

- Centrais: Reitoria e Vice-Reitoria
- Auxiliares: Pró-Reitorias de Ensino, de Pesquisa e Pós-Graduação, de Extensão, de Recursos Humanos e de Gestão e Finanças; Hospital Universitário; Prefeitura de Campus e órgãos suplementares:

- Núcleo Integrado de Bibliotecas
- Núcleo de Tecnologia da Informação
- Núcleo de Eventos e Concursos
- Núcleo de Comunicação (Rádio, TV, Gráfica e Editora Universitárias)
- Núcleo de Educação a Distância
- Núcleo de Tecnologia de Redes
- Núcleo de Relações Públicas e Cerimonial

⁷⁰ Para efeito comparativo, mostram-se os número relativos a 2007, ano de implantação do Reuni: alunos de Graduação: 11.727; técnicos-administrativos: 1475; docentes: 906; vagas oferecidas para a graduação: 2331, em 2007, e 4734, em 2011.

- Núcleo de Assuntos Estudantis
 - Núcleo de Pró-acessibilidade
 - Núcleo de Relações Internacionais
 - Núcleo de Tecnologias da Informação, Redes e Educação a Distância
 - Restaurante Universitário
- De assessoramento: Assessoria de Planejamento e Ações Estratégicas, Assessoria de Comunicação, Assessoria de Interiorização.
 - Acadêmicos: Diretorias de Unidades Acadêmicas - Centros de Ciências Sociais, Centro de Ciências Exatas e Tecnologia, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, Centro de Ciências Humanas e Centro de Ciências Agrárias e Ambientais, Chefias de Departamento e Coordenadorias de Cursos.

Para implementar ações de apoio efetivo à Universidade, foi criada, em 1982, a Fundação Sousem de Apoio ao Desenvolvimento da Universidade Federal do Maranhão (FSADU), uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos, cuja relação institucional com a UFMA visa, primordialmente: apoiar programas de desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão e viabilizar a execução de projetos/ações capazes de garantir maiores níveis de produtividade das atividades acadêmicas e universitárias, com envolvimento de docentes, discentes e técnicos-administrativos (FSADU, 2011).

A Fundação também realiza parcerias mediante a celebração de convênios, contratos e acordos com instituições governamentais e não-governamentais que possibilitem o gerenciamento de recursos e a execução de projetos e atividades em áreas estratégicas, como formação de recursos humanos, assessoramento e consultorias especializadas, desenvolvimento de pesquisas, desenvolvimento e aprimoramento de tecnologias e produtos, elaboração e realização de concursos públicos, processos seletivos e eventos culturais, técnico-científicos e promocionais.

Atualmente, segundo o relatório de gestão de 2010, as ações da UFMA estão centradas nos objetivos fundamentais de otimização dos recursos disponibilizados, de iniciativas de expansão e de reestruturação, que se anunciam no *slogan* que caracteriza a atual gestão: “A universidade que cresce com inovação e inclusão social”. Para o Reitor da UFMA,

A Universidade tem que se propor uma forma estratégica de atuação que atenda às aspirações e demandas sociais, que são dinâmicas. Por isso, a Universidade tem que inovar, ser criativa, porque a sociedade muda com o tempo. Segmentos da nossa sociedade estão se organizando e criando novas demandas e isso é muito dinâmico. A Universidade tem que se recriar, inovar e trabalhar afinada com essas demandas (E-1).

Desse modo, a UFMA tem adotado medidas que visam atender àquele conceito e implementado ações afirmativas. Ou seja, responder às demandas da sociedade no campo da democratização do acesso à educação superior, como das necessidades especiais dos alunos da Instituição. Apresentam-se, abaixo, as principais ações nesse sentido, sem entretanto, nenhum caráter crítico, nem em termos conceituais, nem operacionais.

5.3.1 As ações de reestruturação e de inclusão social

Nos últimos cinco anos, especialmente em função do processo de interiorização, a UFMA tem executado medidas de reestruturação acadêmico-curricular e renovação pedagógica, em cumprimento aos objetivos do Reuni e com recursos dele provenientes. Nesse âmbito, estão sendo contratados novos docentes e técnicos-administrativos, implantada infraestrutura tecnológica, reestruturados cursos e efetivadas, em todos os *campi*, obras de construção, recuperação, reformas, ampliações e adequações na estrutura arquitetônica da Instituição.

A partir de 2007, a Instituição implantou o Programa de Ações Afirmativas, na dimensão do acesso à educação pública superior do Reuni, incluindo, desde aquele ano, cotas de vagas para alunos que tenham cursado os três anos do ensino médio em escola pública federal, estadual ou municipal (25%), negros ou pardos (25%) e índios e portadores de deficiências físicas, visuais, auditivas, mentais ou múltiplas (reserva eventual de uma vaga por curso, por categoria e por entrada anual, perfazendo eventuais quatro vagas anuais). Tal medida levou em consideração

[...]as políticas públicas de inclusão social que reconhecem a diversidade da população brasileira e valorizam estratégias e ações educativas com o propósito de superar injustiças e desigualdades sociais construídas e aprofundadas em diferentes tempos históricos[...] (UFMA, 2010:1).

No caso dos candidatos a uma vaga de cota, no quesito raça, vale a autodeclaração feita por ele. No que se refere à comprovação da formação escolar no ensino médio da rede pública, a UFMA, havendo dúvida sobre a documentação comprobatória da condição do candidato, assegura-se, através de edital, o direito de realizar, através da Comissão de Validação de Matrículas, as diligências que se fizerem necessárias junto às escolas públicas e privadas, à Superintendência de Polícia Federal, em âmbito nacional, e junto aos Conselhos Estaduais de Educação do país, e outros órgãos correlatos. Pode, inclusive, fazer entrevista

com o candidato selecionado, para garantir o cumprimento integral das disposições pertinentes à validação da matrícula do candidato selecionado (UFMA/PROEX, 2012).

Desde 2009, a UFMA aderiu ao Enem (comentado no item 5.2) como critério de seleção pública para o ingresso de alunos nos cursos de graduação da Instituição (pelo sistema universal e de cotas), em substituição ao vestibular tradicional, na expectativa de preencher todas as vagas disponibilizadas e de incentivar a mobilidade estudantil.

O relatório de gestão de 2010 destaca a iniciativa da UFMA, em razão de sua condição de universidade pública, de participar da conquista de direitos civis, políticos e sociais, de que deriva o exercício da cidadania plena, com as responsabilidades social e ética na promoção da qualidade de vida e do desenvolvimento social do Estado, da Região e do País. E enfatiza que:

Essa conquista não se restringe à oferta de cotas de vagas especiais para categorias específicas, mas refere-se, principalmente, às ações que garantam o acesso a pessoas com necessidades especiais e a permanência de todo o seu alunado, a conclusão dos cursos iniciados e a ampliação do acesso ao ensino superior, tanto pela criação de novas vagas como pela ativação e criação de Campi no continente⁷¹, ampliando os limites espaciais de sua influência (UFMA, 2010:15).

Também no âmbito da responsabilidade social, o relatório menciona a contribuição da Instituição no esforço de diminuição das taxas de analfabetismo com projetos como o Alfabetização Solidária (ALFASOL), que conta no momento com 1.019 alfabetizando em quatro municípios.

Como se viu, um dos eixos do Reuni é a assistência estudantil, através do Programa de Assistência Estudantil, o qual, na UFMA, é orientado pelo Núcleo de Assuntos Estudantis (NAE), órgão ligado à Pró-Reitoria de Extensão. Aquele Programa assegura diversos tipos de apoio aos estudantes oriundos das camadas populares, como: bolsas de trabalho; bolsas de estudo de língua estrangeira (438 alunos, por ano); auxílio-alimentação (650 alunos, por ano); auxílio à participação em eventos (300 alunos, por ano); residência estudantil (80 alunos distribuídos em duas residências femininas e uma masculina); atendimento psicológico (300 alunos, por ano) e assistência médica e odontológica (120 alunos, por ano) (dados NAE 2010).

Em prosseguimento ao alcance dos objetivos da assistência estudantil, a UFMA, em 2011, fortaleceu a política de ações afirmativas, promovendo o ingresso de 50% de estudantes de escola pública, sendo 25% geral e 25% de afro-descendentes, adotando, desde

⁷¹ Continente aqui refere-se a todo o Estado do Maranhão, para diferenciar do território da ilha de São Luís, onde funciona o campus sede da Instituição.

então, um sistema de cotas muito similar ao que viria determinar a “Lei das Cotas”, em agosto de 2012. Quando não preenchidas, as vagas de qualquer das subcategorias são destinadas à categoria “universal” (sem cotas). Também reservou mais duas vagas anuais para indígenas e duas para portadores de deficiência; aumentou em 20% o número de estudantes assistidos pelo NAE, tendo como base o ano de 2010, e ampliou em 40% o número de bolsas permanência para estudantes em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

Para assegurar as intenções de inclusão social, as estratégias adotadas incluem, no que se refere à ampliação do raio de atuação da Universidade, a oferta de Educação a Distância, como meio potencial de atender as demandas de locais de difícil acesso, em um Estado de grandes dimensões como é o Maranhão. Para tanto, a UFMA criou, em 2006, o Núcleo de Educação a Distância (NeaD), que gere essa modalidade de ensino, por meio do apoio pedagógico e tecnológico aos departamentos ofertantes de cursos a distância. Atualmente, a sede da Instituição no campus do Bacanga (São Luís) está conectada a vinte e quatro pólos e cinco *campi* em todo o Estado, o que permite atender a mais de 140 municípios com doze cursos de graduação, dez de pós-graduação *lacto sensu*, além de cursos de extensão.

As ações de interiorização atingem, hoje, mais de oitenta municípios. Foram abertos os *campi* de São Bernardo, Grajaú e Balsas, e ampliados os de Imperatriz, Codó, Bacabal e Pinheiro.

No que tange a extensão, em seu viés inclusivo, em 2011, os programas e projetos extensionistas da UFMA beneficiaram um público de 101.070 pessoas, através de ações socioeducativas, culturais e atendimento na área da saúde, as quais têm contribuído para a melhoria da qualidade de vida da população atingida, gerando novos conhecimentos, priorizando metodologias participativas e possibilitadoras de transformação social.

Em cumprimento às medidas do Reuni quanto ao compromisso social da Instituição e políticas de inclusão e à Lei de Acessibilidade (Lei 6.671/2008), foi instalado, em 2009, o Núcleo de Pró Acessibilidade e Permanência de Pessoas com Deficiência à Educação (NAPPEDE), para planejar, coordenar e acompanhar ações que possibilitem o acesso, o ingresso e a permanência de funcionários e alunos com alguma necessidade especial, através de suporte técnico e atendimento especializado (UFMA/CONSUN, 2009).

Técnicos em transcrição *Braille* e em interpretação de Libras (Língua Brasileira de Sinais), assistem, no momento, quatro alunos e um funcionário com baixa visão e três cegos totais, garantindo ao primeiro grupo a digitalização e ampliação de anotações de aula e partes de livros e, ao segundo, a transcrição de aulas e outras experiências sonoras para o

Braille. São mais de setenta pessoas com algum tipo de deficiência, em todos os *campi* da UFMA.

O trabalho daquele Núcleo, em nível interno da Universidade, é feito em conjunto com os docentes, Divisão de Qualidade de Vida, Assessoria de Comunicação e outros setores, desenvolvendo, ainda, parcerias com instituições especializadas externas, como a Escola de Cegos e o Centro de Apoio Pedagógico à Pessoa com Deficiência.

O Núcleo trabalha, também, em parceria com a Prefeitura de Campus no planejamento e acompanhamento das obras necessárias ao acesso e melhor mobilidade dos portadores de deficiência a espaços físicos nos *campi* (rampas para cadeirantes, colocação de corrimões nos corredores, implantação de elevadores e adaptação de banheiros).

O Núcleo prevê a sensibilização da comunidade acadêmica por meio de eventos e informativos quanto à importância da inclusão da pessoa com deficiência na academia, assim como para o seu potencial. Para o ano de 2011, o referido Núcleo obteve um recurso do *Programa Incluir*⁷², do MEC, na ordem de noventa e três mil reais⁷³, no sentido de desenvolver o projeto “Estratégias para inclusão e permanência de pessoas com deficiência na UFMA”, para implementar um conjunto de ações educativas e sensibilizadoras e criar condições físicas e tecnológicas para aqueles.

Na esteira das ações afirmativas, alunos de diversos cursos de graduação da UFMA, em parceria com o Diretório Central dos Estudantes (DCE), a própria Instituição, entidades das comunidades, poder público estadual e iniciativa privada local criaram o Cursinho da Inclusão Social. Trata-se de um cursinho pré-vestibular⁷⁴ gratuito destinado a jovens e adultos de baixa renda oriundos de escolas públicas, em sua maioria da área Itaqui-Bacanga (entorno do campus da UFMA em São Luís), com o objetivo de colaborar para o acesso daqueles ao ensino superior nas universidades públicas do Estado do Maranhão. Os candidatos passam por um processo seletivo para as sessenta vagas do curso, composto por um exame de comprovação de qualificação dos candidatos e análise do curriculum vitae.

Os trinta e dois professores voluntários do Cursinho são estudantes de graduação e de pós-graduação da UFMA, que recebem apenas uma ajuda de custo para o transporte e a

⁷² O *Projeto Incluir* tem como principal propósito fomentar a criação e a consolidação de núcleos de acessibilidade nas Instituições Federais de Ensino Superior (IFES), os quais respondem pela organização de ações institucionais que eliminem barreiras comportamentais, pedagógicas, arquitetônicas e de comunicação. Desde 2005, essa iniciativa lança editais com a finalidade de apoiar projetos de criação ou reestruturação desses núcleos.

⁷³ O que equivale a, aproximadamente, 35 mil euros.

⁷⁴ Como já exposto, o vestibular vem sendo substituído pelo ENEM nas instituições públicas, sendo, porém, mantido nas instituições privadas e na estadual no Maranhão. O Cursinho da Inclusão Social busca preparar os alunos para os dois tipos de concurso.

aquisição de material de apoio às aulas. Estas são ministradas, à noite, de segunda a sexta, nas salas do Colégio Universitário, no campus de São Luís.

A seguir, faz-se uma exposição sobre os setores e ações de comunicação da UFMA, com a intenção de localizar o objeto de estudo desta tese no campo comunicacional da Instituição.

5.3.2 A comunicação organizacional

Neste item, apresentam-se os objetivos, estrutura e ações dos setores responsáveis pela comunicação na UFMA, a partir de documentos oficiais e entrevistas realizadas com os gestores da área, em janeiro de 2011. Segue-se com considerações sobre os conceitos que permeiam aquelas ações, à luz do quadro teórico da tese e, por fim, identificam-se os públicos da Instituição, em um quadro adaptado de França (2009). Esclarece-se que a perspectiva do item não é de análise crítica, mas de cenarização do contexto comunicacional da Instituição e de nele situar os relacionamentos institucionais.

A Universidade apresenta, em seu organograma, uma Assessoria de Comunicação (ASCOM) e um Núcleo de Relações Públicas e Cerimonial (NRPC), ambos ligados diretamente à Reitoria, porém, com estruturas e funcionamentos independentes entre si. Embora não constitua o campo da comunicação da Instituição, a Assessoria de Relações Institucionais (ARI) implementa ações que dele se aproximam, como será observado à frente.

A ASCOM tem a missão de posicionar positivamente a UFMA junto ao universo acadêmico e à sociedade e de produzir informação institucional com compromisso social, utilizando os mais diversos meios de comunicação integrada, nos âmbitos local, nacional e internacional. Visa, assim, contribuir com o desenvolvimento organizacional e social da Instituição e propõe-se a ser a voz e a imagem da Instituição, tendo a inovação, o relacionamento e a tecnologia como palavras do cotidiano, segundo a então responsável pelo setor.

Dentre as atribuições da Assessoria, apresentadas em relatório do setor, destacam-se, inicialmente, duas, pela sua amplitude: estabelecer e gerir as diretrizes gerais da política de comunicação da UFMA, sendo um campo de mediação e articulação entre a Universidade e a mídia, as instituições públicas, os setores institucionais e a sociedade; e orientar, supervisionar, acompanhar e avaliar todos os processos de comunicação integrada, atentando para a otimização, agilidade e atualização das informações e acontecimentos nos diversos núcleos do setor e seus respectivos produtos.

No campo da produção e circulação das informações, a Assessoria propõe-se a controlar e distribuir estrategicamente os fluxos de informação interna e externa relacionados à imagem da UFMA e, em especial, da Reitoria, e a construir, em parceria com o Núcleo de Tecnologia da Informação (NTI), rede midiática integrada de informações, para ampliar a visibilidade da UFMA em cenários estratégicos e posicioná-la nas redes sociais digitais.

Enfatiza-se uma atribuição da ASCOM que relaciona-se diretamente com o objeto de estudo desta tese: desenvolver sistemática e estratégica campanha permanente de relacionamento entre a UFMA e seus públicos-alvos internos e externos, nos âmbitos local, estadual, nacional e internacional. Segundo a então chefe da Assessoria, tal campanha desenrola-se através do envio de informações, revistas e jornais institucionais e convites.

A ASCOM é dividida nos seguintes núcleos: Publicações e Peças Promocionais, TV e Rádio, Reitoria, Atendimento à Mídia, Web Jornalismo e Relacionamento, Publicidade e Propaganda (NRPP). Conta com correspondentes nas Pró-Reitorias de Ensino e Graduação e de Pesquisa e Pós-graduação e com um núcleo no campus de Imperatriz.

Dentre esses núcleos, convém destacar as atividades do NRPP, formado exclusivamente por estudantes de relações públicas, sob a coordenação da assessora-chefe. Tal núcleo desenvolve as atividades de atendimento ao público interno (setores da Universidade) e externo (mídia, instituições afins e os demais setores sociais), produz *newsletters* e dá suporte ao cerimonial de eventos. No tocante à publicidade, é responsável pela editoração eletrônica das publicações e criação de peças publicitárias para o *site*.

De acordo com a assessora-chefe, encontra-se em andamento uma pesquisa para o detalhamento do perfil dos públicos da UFMA, por meio de uma ficha preenchida pelos funcionários que atendem as pessoas e grupos que procuram o setor, por telefone ou pessoalmente. Com tal pesquisa, a ASCOM pretende, ainda, identificar as áreas e assuntos de interesse desses públicos, mapear demandas e definir novas estratégias de comunicação organizacional.

Os principais veículos produzidos pela Assessoria são o Jornal da Universidade, mensal, e as revistas Portal da Ciência e Ideias, com periodicidade quadrimestral e trimestral, respectivamente. A ASCOM produz, ainda, material em vídeo e áudio para o *site* da UFMA e áudio para a rádio Universidade FM, além de material para a imprensa, documentários e vídeos institucionais.

Em um processo de visível crescimento, desde 2007, em termos de estrutura física, de equipamentos e de atuação, a Assessoria está instalada em um amplo espaço físico,

no mesmo prédio do gabinete de despacho cotidiano do Reitor⁷⁵ no campus-sede, com estúdio de rádio e TV e uma equipe composta por quarenta e cinco pessoas, dentre funcionários da UFMA, contratados, estagiários e voluntários, nas áreas administrativa e da comunicação, nas três habilitações oferecidas pela Instituição – jornalismo, relações públicas e rádio e TV.

Em estrutura separada da ASCOM, o Núcleo de Relações Públicas e Cerimonial resulta do desligamento da estrutura da Assessoria, em 2007, e encontra-se em fase de oficialização em termos institucionais, apesar de funcionar desde aquela data. Segundo a então coordenadora do Núcleo, este tem como função estreitar as relações da Universidade com a sociedade, através do cerimonial e da aproximação da Reitoria com alguns públicos, como alunos, professores, sociedade civil e autoridades. Tal estreitamento se dá por meio de eventos, informativo interno, programas de visita, envio de congratulações e mensagens em datas comemorativas, assim como algumas campanhas e atividades rotineiras. Dispõe de dois profissionais e sete estagiários de relações públicas e localiza-se em uma sala ao lado do gabinete do Reitor, no Campus.

Quanto à Assessoria de Relações Institucionais, de acordo com a responsável pelo setor, cabe, principalmente, estimular o diálogo para o desenvolvimento de parcerias com as iniciativas privada e pública, com o objetivo de captar recursos materiais, humanos e financeiros para o desenvolvimento de projetos conjuntos e promover o envolvimento da comunidade universitária nas parcerias, gerando a sinergia necessária para assegurar a sustentabilidade dos projetos.

Segundo a assessora, são realizadas ações em conjunto com a ASCOM e com o Núcleo de Relações Públicas, à medida em que há demandas dessas áreas para a implementação das ações e projetos em desenvolvimento. Como exemplo, cita a organização da recepção aos calouros, ocasião em que à ARI cabe a definição das ações quanto aos recursos humanos e materiais e a captação de recursos para a efetivação do evento. A ASCOM responsabiliza-se pelos projetos gráficos, notícias e cobertura dos eventos e o Núcleo de Relações Públicas e Cerimonial encarrega-se da programação (aula inaugural e outras atividades), recepção dos participantes, organização do espaço físico e entrega do material de divulgação produzido (*kit* do estudante).

Há, ainda, na estrutura da comunicação da UFMA, também com gestão independente da ASCOM, a rádio Universidade FM, com vinte e seis anos de existência, cuja principal diretriz é a divulgação da cultura maranhense, da ciência produzida na Instituição e

⁷⁵ A sede oficial da reitoria situa-se fora do Campus do Bacanga, no centro da cidade de São Luís, no Palácio Cristo Rei, sendo utilizada, predominantemente, para eventos e solenidades acadêmicas.

das ações institucionais. Em fase de implantação, com funcionamento previsto para 2013, tem-se, também, a TV UFMA. A Gráfica Universitária abrange a editora, responsável pela publicação de livros dos docentes da casa, em especial resultantes das investigações de mestrado e doutoramento.

No panorama traçado acima, fica evidente, na missão e atribuições da ASCOM, a priorização para a projeção de uma imagem favorável da UFMA e do Reitor, interna e externamente, principalmente por meio da exposição na mídia e em produtos midiáticos da Assessoria. A predominância de ações de visibilidade implementadas remete a características do modelo das relações públicas denominado de informação pública (Grunig e Hunt, 2003), cuja orientação principal está na disseminação de material informativo na mídia de massa e outros suportes. Ao mesmo tempo, se considerar-se a centralidade da missão do setor, observam-se, ainda, elementos do modelo assimétrico bidirecional, segundo o qual a comunicação com os públicos visa obter o máximo de atitudes favoráveis à organização.

Nesse contexto, as relações públicas estão caracterizadas por ações instrumentais, muitas vezes confundidas com atividades administrativas operacionais. No que tange o Núcleo de Relações Públicas, sua essência está na organização de eventos e nas questões do cerimonial, com eventuais campanhas informativas internas, como a realizada em parceria com o restaurante universitário sobre o desperdício alimentar, em 2011.

Na dinâmica da ASCOM, o uso das tecnologias da informação e comunicação é bastante enfatizado, demonstrando uma tendência contemporânea, abordada no item sobre o cenário social na perspectiva da visibilidade da comunicação em rede. Realça-se, porém, que as redes sociais constituem espaços que ultrapassam a mera divulgação, nos quais a produção, circulação e armazenamento da informação saem do controle do emissor. As redes sociais são horizontais e caracterizam pela interação e possibilidade de conexão permanente, tendo sido potencializadas com o advento de tecnologias móveis, como telemóveis e *tablets* (Recuero, 2011).

No tocante à concepção de público revelada pela Assessoria, observa-se uma restrição conceitual, à medida que recorre a uma ficha de atendimento como instrumento para traçar o perfil dos públicos da Instituição. Lembra-se que entende-se público sob o prisma da mutualidade de impactos entre uma organização e certos grupos, decorrentes da existência de interesses em comum (Grunig, 2009a).

Aquela proposta pode, por exemplo, identificar as demandas informativas, orientar a produção de informações e facilitar o encaminhamento de providências necessárias. Entretanto, a ficha não traz nenhum elemento que permita identificar e conhecer perfis, o que

requer metodologia apropriada. Um correto mapeamento dos públicos pode posicionar cada grupo em relação à UFMA e fundamentar futuras políticas e ações, ao contextualizar os interlocutores e os relacionamentos, identificar os níveis de interdependência e de envolvimento, interesses, objetivos e expectativas (França, 2004), na direção da eficácia organizacional.

Pelo exposto, três setores dividem a tarefa de gerir os relacionamentos da UFMA com seus públicos - o Núcleo da ASCOM, o Núcleo de Relações Públicas e Cerimonial e a Assessoria de Relações Institucionais. Nota-se uma limitação do conceito de relacionamento, tanto no âmbito da referida “campanha permanente de relacionamento” da ASCOM, cuja operacionalização sustenta-se no envio de correspondências, o que também é colocado, equivocadamente, pelo segundo Núcleo, como uma das atividades para estreitar as relações da UFMA com a sociedade.

As atividades do terceiro setor referido, levando-se em conta a intenção dele de dialogar para construir parcerias entre a Universidade e a iniciativa privada para o desenvolvimento de projetos que envolvem interesses em comum, aproximam-se do conceito de relacionamento em questão nesta tese, no caso, envolvendo um público não essencial (França, 2004), ou seja, que não desenvolve as atividades-fim da Instituição. Aqueles relacionamentos não são indispensáveis para a manutenção da Universidade, apesar de convenientes.

Viu-se no quadro teórico da tese (França, 2009b) que a perspectiva da configuração dos relacionamentos são os interesses e objetivos dos envolvidos, com orientação para o diálogo, e que em todo processo relacional há a intervenção de variáveis que o estruturam e diferenciam as interpretações e comportamentos comunicacionais. Estes são elementos que vão na contramão do contexto das ações centradas na divulgação que se viu acima, sustentadas pela unilateralidade e caracterizado mais como transmissão de informações.

Há, ainda, uma sobreposição de atribuições, em especial entre a ASCOM e o NRPC, no que tange a produção de boletins e cerimonial. Evidencia-se que, do Plano de Metas para 2012 do atual Reitorado não constam metas para o NRPC nem para a ARI e as metas da ASCOM mantêm-se focadas nas questões de visibilidade da Universidade na mídia.

Cabe esclarecer que, quando da criação do Núcleo de Relações Públicas e Cerimonial, no início do primeiro mandato do atual Reitor, em 2007, professores de relações públicas da UFMA, em reunião com esse dirigente, posicionaram-se contra a fragmentação da comunicação em duas estruturas, sem, contudo, terem obtido êxito em demovê-lo da

iniciativa. A argumentação desse grupo centrou-se na comunicação integrada, conforme visto no capítulo sobre as teorias das relações públicas, como importante fundamento dos pressupostos teóricos dessa área e que norteia o referido curso na Instituição.

Nota-se inclusive, na documentação cedida pela ASCOM, uma compreensão diferenciada do que seja comunicação integrada, com direcionamento à integração de mídias nos suportes impressos, de imagem, de som e virtuais. Trata-se de um conceito que se distancia daquele que defende a conjugação de princípios orientadores, estratégias e ações que articulem os diversos campos da comunicação organizacional em um alinhamento aos objetivos institucionais (Kunsch, 2003).

O lugar que a UFMA ocupa na sociedade maranhense, por sua condição de maior instituição de ensino superior do Estado, tende a crescer, visto a ampliação financiada pelo Governo Federal por que vem passando, as políticas afirmativas em implementação e os investimentos na estrutura acadêmica e comunicacional da Instituição. Esse crescimento fortalece a Instituição, amplia seu universo de interlocução, eleva sua influência no agendamento de assuntos de interesse público e a responsabilidade com a sociedade.

Trata-se de um cenário que exige a criação de oportunidades de diálogo com públicos estratégicos, com vistas a responder à configuração contemporânea da malha social. Nesse caso, a referida projeção de imagem dá lugar ao posicionamento público (Kunsch, 2003), através do compartilhamento de atributos da identidade corporativa - crenças, filosofia e missão institucional, envolto na responsabilidade social, potencializada pela condição da UFMA de instituição pública de ensino. Coadunando-se com a função social da Universidade, há espaço para a perspectiva transformadora da dimensão comunitária das relações públicas (Peruzzo, 2009).

A partir da sustentação teórica dos capítulos anteriores e da reflexão sobre o cenário comunicacional acima, apresenta-se, a seguir, um quadro com os públicos da UFMA, adaptado de França (2009) e orientado pela pesquisa documental e entrevistas realizadas com as responsáveis pelos setores mencionados. Com ele, pretende-se identificar os principais públicos da UFMA e demonstrar a amplitude e diversidades dos relacionamentos institucionais em desenvolvimento ou a serem desenvolvidos.

Quadro 1 - Públicos da UFMA

Critério lógico	Tipo de público
<p>Quanto ao grau de dependência jurídica e situacional da UFMA com seus públicos para sua constituição, existência e permanência.</p>	<p>- Públicos essenciais constitutivos - Reitor; Vice-Reitor; Pró-Reitores; chefes de setores administrativos e acadêmicos; poder público federal (Ministério da Educação e seus órgãos, Ministério da Ciência e tecnologia e seus órgãos etc); poder público estadual (tributos); poder público municipal (tributos).</p> <p>- Públicos essenciais não constitutivos - Primários - alunos (graduação⁷⁶, pós-graduação , fundamental, médio e profissionalizante); professores (graduação, pós-graduação, Colégio Universitário); técnicos administrativos (incluindo Colégio Universitário, Hospital Universitário e Fundação Sossândrade de Apoio ao Desenvolvimento da UFMA; fornecedores (telefonia, luz, água, limpeza urbana); parceiros de convênios institucionais (prefeituras municipais). -Secundários - funcionários terceirizados (limpeza e vigilância); estagiários dos vários cursos de graduação; comunidades assistidas pelos projetos de extensão.</p>
<p>Quanto ao maior ou menor grau de participação dos públicos nas atividades-meio da UFMA ou na defesa de seus interesses.</p>	<p>- Públicos não essenciais - Redes de consultoria e de serviços promocionais-empresas de organização de eventos, de publicidade etc.); redes de setores associativos organizados (APRUMA, ASSUMA, DCE, AAUFMA⁷⁷); conselhos profissionais das áreas de graduação. - Redes de setores sindicais – SINTEMA⁷⁸, SINDISEP-MA⁷⁹. - Redes setoriais da comunidade⁸⁰ - associações de moradores das comunidades do entorno dos <i>campi</i> (Sá Viana, Vila Embratel e Anjo da Guarda, na cidade de São Luís).</p>
<p>Quanto ao nível de interferência sobre a UFMA e suas atividades</p>	<p>- Rede de concorrentes: não há, já que não se observam as demais instituições de ensino superior do Maranhão como concorrentes da UFMA. - Redes de comunicação de massa: jornais; revistas; emissoras de rádio AM, FM e comunitárias; emissoras de televisão aberta das cidades sede dos <i>campi</i>; <i>sites</i>; <i>blog's</i>; redes sociais; comunidades virtuais. - Rede de ativistas – organizações não governamentais da área ambiental, de direitos humanos, de saúde, de negros, índios, mulheres etc. - Redes ideológicas - partidos políticos.</p>

⁷⁶ Categoria de público que abriga os alunos de origem popular, objeto desta investigação, caracterizados no capítulo seis.

⁷⁷ APRUMA – Associação dos professores da UFMA; ASSUMA – Associação dos servidores da UFMA; DCE – Diretório Central de Estudantes; AAUFMA – Associação dos Amigos da UFMA.

⁷⁸ SINTEMA – Sindicato dos Trabalhadores em Educação de 3º Grau no Estado do Maranhão.

⁷⁹ SINDSEP – Sindicato dos servidores públicos federais no Estado do Maranhão.

⁸⁰ Entende-se que as associações das comunidades podem tanto estar relacionadas com os interesses da UFMA e participar das atividades-meio, e neste caso são públicos não-essenciais, como podem interferir em suas atividades. Nesta última situação atenderiam ao critério de interferência de França, havendo a necessidade de criação de uma terminologia adequada, como redes comunitárias, por exemplo. Pela concordância citada e ausência notada, optou-se por mantê-las como não essenciais.

Por último, faz-se uma exposição sobre o nascimento, objetivos e atuação do Programa Conexões de Saberes, trazendo-se elementos que sustentam a observação dos relacionamentos nele construídos. Desse modo, não se problematizam as questões políticas que envolvem as mudanças que ocorreram no Conexões.

5.3.3 O Programa “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares”: origem, objetivos e atuação

A origem do Programa “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares” encontra-se no projeto denominado Rede de Universitários de Espaços Populares (RUEP), uma ação formulada em 2003, pelo Observatório de Favelas⁸¹, e implementada em 2004, pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), com financiamento do Programa de Extensão Universitária (Proext/MEC). Essas universidades, através de suas Pró-Reitorias de Extensão, ficaram encarregadas de criar a estrutura do Programa, de acordo com suas especificidades.

O eixo fundamental do Conexões foi a criação de uma rede de articulação entre os estudantes oriundos de espaços populares, no interior das universidades e nos lugares de moradia nos quais estavam regularmente inseridos, em torno de dois objetivos principais. O primeiro era o de criar condições para a realização de um processo regular de avaliação do impacto das intervenções públicas nas comunidades populares, sobretudo as dirigidas para a infância e juventude. O segundo era de formar novos quadros técnicos sociais nesses territórios, capazes de se constituírem como lideranças comunitárias com perfil diferenciado. O propósito final era a constituição de novos sujeitos sociais no processo de formulação, implementação e avaliação de políticas públicas em tais comunidades.

Aquela rede de articulação foi construída a partir do desenvolvimento de projetos específicos nas comunidades, de estudos orientados de metodologia de pesquisa e de formação técnica. De início, foram selecionados cinquenta estudantes universitários de origem popular, para atuarem, durante um ano, em três comunidades dos municípios de Niterói e São Gonçalo, no Estado do Rio de Janeiro.

Desde a sua origem, o Programa Conexões de Saberes consiste em ações que concorram sinergicamente para a construção de duas frentes de transformação da realidade:

⁸¹ O Observatório de Favelas é uma entidade integrada por professores universitários, pesquisadores e estudantes de diferentes instituições acadêmicas e organizações comunitárias, com sede na cidade do Rio de Janeiro. Uma das estratégias de materialização de suas ações efetiva-se através da formação de Redes Sociopedagógicas Locais, voltadas para a formação continuada e articulação de jovens universitários, nos espaços acadêmicos ou de moradia (Observatório de Favelas, 2010).

uma, em torno do fortalecimento dos vínculos entre as instituições acadêmicas e as comunidades populares e, outra, da melhoria das condições que contribuam para que estudantes universitários de origem popular vivenciem uma permanência qualificada nos cursos de graduação das universidades públicas brasileiras, ressaltando a perspectiva de continuidade da trajetória acadêmica em cursos de pós-graduação.

O Programa busca acolher os estudantes em suas instituições de ensino superior, destinando-lhes bolsas de apoio acadêmico, para que, de um lado, protagonizem ações de extensão/ensino/pesquisa em comunidades populares, promovendo a tessitura de saberes entre a universidade e aqueles espaços. Por outro, para que estejam inseridos em atividades acadêmicas voltadas para a elaboração de diagnóstico, proposição e avaliação de políticas de ações afirmativas⁸² de acesso e permanência nas universidades federais. Até 2010, o Programa, nessa configuração original, era desenvolvido em trinta e três Instituições Federais de Ensino Superior (IFES), tendo iniciado na UFMA, em 2006.

No mês de agosto de 2010, o Programa Conexões de Saberes passou por uma reformulação nacional, através do edital nº 9 do MEC/SECAD (Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão), com vistas a adequá-lo ao Programa de Educação Tutorial (PET), um programa do Governo Federal brasileiro criado para apoiar atividades acadêmicas que integram ensino, pesquisa e extensão⁸³. Formado por grupos tutoriais de aprendizagem, o PET propicia aos alunos participantes, dos vários cursos da instituição, sob a orientação de um tutor, a realização de atividades extracurriculares que complementem a formação acadêmica do estudante. O aluno bolsista e o professor tutor recebem apoio financeiro de acordo com a Política Nacional de Iniciação Científica. Um grupo PET objetiva desenvolver atividades acadêmicas em padrões de qualidade e de excelência, contribuir para a diminuição da evasão e para a elevação do sucesso acadêmico e

⁸² Ações afirmativas são entendidas, no contexto do Conexões, como as políticas públicas ou privadas voltadas para o tratamento positivo diferencial dos grupos sociais que, por processos historicamente construídos, acumulam desvantagens sociais que dificultam sua inserção igualitária nas possibilidades de competição social.

⁸³ Apesar da mudança de formato para PET, é comum os alunos referirem-se ao Conexões como Programa (de extensão) ou Projeto, principalmente porque o grupo de bolsistas investigado entrou no Conexões ainda no primeiro formato. Outro motivo para aquela referência é que a pesquisa de campo desta tese ocorreu no momento da mudança de formato. Daí, também, o grupo referir-se a características do Conexões na configuração original. Por exemplo, no formato inicial, o Conexões de Saberes, na UFMA, tinha três coordenadores (dois docentes e um técnico-administrativo), sendo um deles o geral. Com a mudança para o formato de PET, um dos coordenadores passou a ser, oficialmente, tutor, entretanto, ainda com atribuições de coordenador. O Conexões mantém uma coordenação articulada, segundo depoimento deles. Desse modo, os bolsistas ainda referem-se à existência de três coordenadores. Justifica-se, pelo exposto, o uso daqueles termos com frequência ao mencionar-se o Conexões de Saberes na tese.

estimular o espírito crítico, bem como a atuação profissional pautada pela ética, cidadania ativa e função social da educação superior (MEC/SECAD, 2010).

O edital MEC/SECAD nº 9/2010 previa a formação de 150 grupos para o Conexões, denominados PET/Conexões de Saberes, sendo até quatro grupos por IFES, cada um com, no máximo, doze bolsistas oriundos de comunidades populares urbanas, comunidades do campo ou quilombolas⁸⁴ e comunidades indígenas.

Os PET's/Conexões objetivam ampliar a relação entre a universidade e os moradores e instituições de espaços populares, de forma a promover a troca de experiências entre as comunidades populares e a universidade; criar estruturas institucionais e pedagógicas adequadas à permanência de estudantes de origem popular na universidade e à democratização do acesso ao ensino superior; aprofundar a formação dos universitários de origem popular como pesquisadores e extensionistas, do ponto de vista social e técnico-científico, visando sua intervenção qualificada em diferentes espaços sociais, em particular, na universidade e em comunidades populares; e estimular a formação de novas lideranças capazes de articular competência acadêmica com compromisso social. Tais objetivos foram trazidos do Programa original.

Segundo o depoimento dos coordenadores do Conexões da UFMA, a aprovação dos projetos que viabilizam o PET/Conexões pelas Pró-Reitorias de Pesquisa e de Ensino, antes de submetidos ao MEC, a partir do edital citado, enfraquece o caráter extensionista, mais nítido anteriormente, quando na modalidade de Programa, e o inscreve no terreno da pesquisa. Essa mudança, aliada à questão do tamanho e homogeneidade dos grupos são algumas das questões que geraram reações contrárias à mudança de formato do Conexões. Quando na configuração de Programa, o Conexões possuía grupos de mais de sessenta estudantes, oriundos de cursos diversificados, e era articulado na Pró-reitoria de Extensão, o que confirmava seu caráter afirmativo.

Para os coordenadores e tutores do PET/Conexões na UFMA, este, nesta Instituição, é uma continuidade ao que vinha sendo desenvolvido pelo Programa Conexões de Saberes, nos moldes esclarecidos, o que ratifica o compromisso em promover ações que garantam a permanência qualificada de estudantes de origem popular na Universidade, como

⁸⁴ São grupos sociais cuja identidade étnica os distingue do restante da sociedade, entendidos como um movimento de transição da condição de escravo para a de camponês livre. A designação é comumente utilizada para se referir aos escravos refugiados em pequenos vilarejos chamados de quilombos ou aos descendentes de escravos negros, cujos antepassados, no período da escravidão, fugiram dos engenhos de cana-de-açúcar, fazendas e pequenas propriedades brasileiras, onde executavam diversos trabalhos braçais sem remuneração.

afirmam a coordenadora geral e o outro coordenador docente, respectivamente: [...]lutou-se para preservar os eixos de ações afirmativas, para que os eixos da inclusão não fossem perdidos[...] (E-5); [...]pelos encaminhamentos que demos no contexto da UFMA, naquilo que se refere às ações não existem diferenças entre as modalidades (Programa e PET/Conexões)[...] (E-8).

As atividades do PET/Conexões, conforme o referido edital, devem estar vinculadas ao Projeto Pedagógico Institucional da IFES onde é desenvolvido e permitir uma visão ampla das atividades de ensino, pesquisa e extensão na instituição. Para ser tutor e coordenar aquelas atividades, o docente precisa pertencer ao quadro permanente da universidade, sob contrato em regime de tempo integral e dedicação exclusiva, ter título de doutor, cabendo a admissão de tutores com título de mestres, mediante justificativa institucional.

Internamente, cada instituição realiza a seleção dos bolsistas, uma vez por ano, por meio de edital lançado pelas Pró-reitorias de Extensão e de Ensino, processo do qual consta o preenchimento de um formulário socioeconômico no ato da inscrição do candidato e uma entrevista com a equipe do Conexões. A base da seleção é a situação socioeconômica dos candidatos, sendo priorizados aqueles que possuem o menor poder aquisitivo, desde que atendam aos critérios previamente definidos no edital do MEC/SECAD, replicados no edital da UFMA. Esses critérios são a renda familiar; local de moradia familiar (áreas de remanescentes de quilombos, áreas indígenas, áreas de assentamentos e áreas ribeirinhas, favelas, bairros periféricos ou territórios assemelhados); escolaridade dos pais; proveniência de escola pública e atual período do curso (preferencialmente até os quatro primeiros semestres da graduação). Outros critérios podem ser acrescidos, de acordo com características locais do Estado da federação onde se localiza a IFES.

No edital de seleção específico da UFMA (UFMA/PROEX, 2009), constam como critérios eliminatórios para os candidatos: possuir disponibilidade de vinte horas semanais para as atividades desenvolvidas pelo projeto; ter renda familiar mensal até três salários mínimos e pais cuja escolaridade máxima seja o ensino fundamental.

Para ser classificado (critérios classificatórios), o estudante deve ter histórico de engajamento em atividades coletivas-cidadãs; não ter concluído outra graduação; não ser beneficiário de outra modalidade de bolsa e não ter vínculo empregatício.

Os bolsistas do PET/Conexões de Saberes, nos *campi* de São Luís e Imperatriz, são selecionados pela equipe composta pelos coordenadoras locais e tutores. A bolsa tem duração de até dois anos, para a realização de atividades nas comunidades e escolas da rede

pública de ensino localizadas nos bairros do Sá Viana, Vila Embratel e Pedrinhas, no município de São Luís, e na comunidade da CAEMA⁸⁵, na cidade de Imperatriz. Ressalta-se que os bolsistas do campus de Imperatriz não compuseram a amostra dos entrevistados nesta investigação.

Em média, as atividades nas escolas das comunidades realizam-se uma vez por semana com carga horária de quatro horas por semana, no turno matutino ou vespertino do sábado, perfazendo quarenta horas no total. Isso representa, por ano, aproximadamente, dez encontros dos bolsistas com a comunidade, com um público total de cerca de 400 pessoas, entre alunos e professores das escolas e pessoas da comunidade devidamente inscritas.

Os recursos do Conexões provêm da Secretaria de Educação Superior (SESu) e da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão (SECAD), órgãos do MEC responsáveis por aquele projeto. Estas Secretarias repassam os recursos ao Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) para o pagamento mensal das bolsas dos tutores (no valor de um mil e oitocentos reais⁸⁶ (doutor) e um mil e duzentos reais⁸⁷ (mestre) e dos estudantes (valor de trezentos e sessenta reais⁸⁸). O FNDE redireciona à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) a verba para o pagamento do custeio das atividades dos respectivos grupos, diretamente ao tutor, de acordo com a legislação vigente.

A título de contrapartida, as IFES devem oferecer aos estudantes um módulo acadêmico complementar de redação ou português instrumental, língua estrangeira, metodologia científica e outras matérias de acordo com necessidades específicas, além de prever apoio à participação em congressos, aquisição de materiais, *softwares* e outros, objetivando o sucesso acadêmico dos estudantes do Programa. As temáticas das formações precisam estar articuladas e voltadas às políticas institucionais de combate à evasão e à retenção, à melhoria do processo de formação em nível de graduação, à interdisciplinaridade e à utilização intensiva de tecnologias e metodologias de apoio a aprendizagem.

O depoimento da coordenadora executiva do Conexões aponta os reflexos da formação recebida e das experiências vivenciados nos bolsistas, no âmbito do Programa:

⁸⁵ As comunidades do Sá Viana e da Vila Embratel estão localizadas no entorno do campus da UFMA, na capital. A terceira comunidade fica na rodovia de acesso ao Estado, onde se encontra instalado o Complexo Penitenciário do Maranhão, conhecido como “Pedrinhas”, termo que resulta em estigmas para a comunidade. São localidades constituídas por famílias de baixo poder aquisitivo, cujos trabalhadores, em sua maioria, vivem do comércio informal e do subemprego. Vivenciam graves problemas como violência e prostituição infanto-juvenil, presença de gangues e venda e consumo de drogas, por adolescentes e jovens.

⁸⁶ O que equivale a, aproximadamente, 750 euros.

⁸⁷ O que equivale a, aproximadamente, 500 euros.

⁸⁸ O que equivale a, aproximadamente, 150 euros.

[...]É possível ver a mudança de comportamento dos alunos, que chegaram aqui, de uma certa forma, muito tímidos, reservados. Hoje, vemos lideranças, alunos com mais desenvoltura, buscando resgatar suas origens. O programa resgata a autoaceitação deles como alunos de origem popular e faz com que eles sejam agentes de mudança em sua comunidade[...] (E-6).

Para a coordenadora geral do PET/Conexões na UFMA, este abre possibilidades

[...]a estudantes que têm uma história de exclusão de ter uma emancipação social [...] e, às universidades públicas brasileiras, de resgatarem as suas dívidas sociais históricas[...]. [...]o Programa Conexões de Saberes é um desses eixos, que não é do assistencialismo, mas de uma extensão competente, que permite não só que esse estudante receba uma formação que eleva o seu nível acadêmico, mas também faz com que ele dê um retorno à sociedade, porque ele faz um trabalho lá fora devolvendo esse investimento público, o que ele está recebendo aqui dentro[...] (E-5).

No que tange o retorno à sociedade, uma tutora observa que as ações desenvolvidas por esse PET, além de proporcionarem aos docentes e discentes envolvidos que suas experiências ultrapassem os muros da Instituição, asseguram à UFMA o cumprimento de sua função social, uma [...] *formação verdadeiramente para a cidadania* [...] [...] *as ações sociais se materializam através da pesquisa e extensão para que a comunidade tenha retorno do que é construído na academia* [...] (E-7).

Nesse sentido, observa-se que tanto o eixo extensionista como as políticas afirmativas, articuladas, no caso do Conexões, representam uma resposta da instituição universitária à configuração do tecido social, independente das polêmicas que aquela políticas geram. Remetem, na discussão em questão, à função social da UFMA, localizada em um dos Estados mais pobres e miscigenados do país.

Com este item, finaliza-se a parte da cenarização dos lócus de investigação desta tese, para, a seguir, traçar-se o percurso da metodologia adotada para a análise e interpretação dos dados empíricos.

6 O PERCURSO METODOLÓGICO

Objetiva-se com este capítulo demonstrar-se o percurso metodológico percorrido pela investigadora para compor a problemática e responder à pergunta de partida da investigação em questão: o que caracteriza os relacionamentos institucionais entre a UFMA e os cotistas? Tal indagação surgiu no âmbito da adoção das cotas raciais e sociais por essa Instituição como mecanismo de reserva de vagas para jovens negros, egressos de escolas públicas e de baixa renda, como enunciado na introdução do trabalho.

Os cotistas foram representados nesta tese pelos bolsistas do Programa de Extensão “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares”. Tais bolsistas também são conhecidos como conexistas, em uma associação ao nome do Programa, apresentado no item anterior a este capítulo.

Para que se pudesse desenhar um caminho que levasse a respostas para aquela indagação e para outras dela derivadas definiu-se que a perspectiva de observação daqueles relacionamentos seriam as mediações dos bolsistas, as quais estruturam o processo relacional em foco. Para tanto, considerou-se o cenário de adoção das cotas, explicitadas no capítulo cinco, tanto no plano dos mecanismos governamentais de democratização do ensino superior no Brasil, como no panorama social, econômico e educacional do Estado do Maranhão e no contexto da UFMA.

A principal hipótese que se pretendeu verificar era que os relacionamentos institucionais entre a UFMA e os bolsistas do Conexões de Saberes caracterizam-se como processos mediados e mediadores, na medida em que são configurados por processos de comunicação. Levantou-se, também, a hipótese que na construção de tais relacionamentos institucionais não têm sido consideradas, por parte da UFMA, as especificidades inerentes aos alunos cotistas, tais como a origem geográfica, a etnia, a condição socioeconômica, a renda familiar, a trajetória educacional e cultural, dentre outros. Destaca-se que a diversidade étnica e socioeconômica surgiu na Instituição desde a referida adoção das cotas, em 2007.

Assim, o objetivo geral da tese foi analisar, sob a ótica das mediações, os relacionamentos institucionais da UFMA com os bolsistas do Programa Conexões de Saberes. Em termos específicos, objetivou-se observar tais relacionamentos, no plano desse Programa, como processos mediados e mediadores, sob o prisma das teorias das mediações, na perspectiva das relações públicas. Tratava-se de conhecer uma situação e os sujeitos a partir das mediações (Martín-Barbero, 2009a).

A confirmação ou a refutação das hipóteses de trabalho e o alcance dos objetivos propostos requereram respostas às seguintes indagações, que expressam a problemática da investigação: Quais são as variáveis mediadoras que estruturam os modos como os bolsistas realizam as representações de si mesmos, da UFMA e do Conexões de Saberes em seus discursos e a produção de sentidos nesse processo? De que forma as mediações dos bolsistas interferem nessas representações? Como as mediações dos bolsistas atuam na produção dos sentidos que eles atribuem àqueles atores e aos próprios relacionamentos?.

A fase de constituição da problemática, denominada por Quivy e Campenhoudt (2005) de fase exploratória ou de descobertas, foi, concomitantemente, de leituras e de entrevistas exploratórias. Para conhecerem-se questões associadas aos relacionamentos entre a UFMA e os conexistas, procedeu-se à leitura de livros publicados sobre a Instituição e de documentos desta e do Programa Conexões de Saberes, tais como planos institucionais, relatórios de gestão, projetos e relatórios de atividades. Através desse processo, foi possível “mergulhar” no universo da Universidade e do Conexões de Saberes e contextualizar o Programa naquele universo.

Um fato relevante nesse “mergulho” foi a descoberta e leitura de livros publicados pelo Conexões de Saberes nos quais ex-bolsistas relatam suas trajetórias de vida, escritas na primeira pessoa. Por meio de tais relatos pôde-se observar como repercute na história de vida e no cotidiano deles o que até então, para a investigadora, eram “apenas” critérios de um edital de seleção para bolsistas do Conexões de Saberes: viver em uma família, por vezes numerosa, com renda mensal de, no máximo, três salários mínimos; ter pais, muitas vezes semi-analfabetos; viver em bairros de periferia. Os depoimentos contribuíram para contextualizar o Conexões na vida dos bolsistas em geral.

Paralelamente às leituras, nessa fase de constituição da problemática, realizaram-se entrevistas exploratórias com coordenadores, funcionários e bolsistas do Conexões de Saberes. As entrevistas constituíram-se conversas esclarecedoras sobre a dinâmica do Programa, de sua origem àquele momento. Chegou-se, através delas, exatamente ao que dizem Quivy e Campenhoudt (2005) - a determinados aspectos do fenômeno estudado ainda não pensados, complementando, assim, as pistas de trabalho. Por exemplo, despertou-se para o envolvimento dos coordenadores e tutores com questões da vida particular dos bolsistas, chamando atenção para que se observasse esse viés nos relacionamentos deles com aqueles alunos, no decorrer da pesquisa.

Nessa fase de explorações, foi possível, também, participar, na UFMA, de um seminário nacional que reuniu conexistas discentes e docentes de universidades federais de

todo o Brasil. Nele foram apresentados os resultados dos diversos projetos realizados no âmbito do Programa e discutidas questões relativas às mudanças no formato do Conexões, abordadas no capítulo cinco. O seminário serviu para que a investigadora tivesse um primeiro contato com os conexistas e pudesse situar-se em meio às polêmicas das mudanças, apesar destas não serem objeto da pesquisa em questão, aproximando-a da realidade nacional e local do Conexões.

Observou-se no referido seminário a influência de variáveis de ordem social, econômica e cultural no envolvimento dos conexistas no Programa, as quais deveriam ser identificadas e confirmadas pela investigação para que não se caísse [...] *na armadilha da confirmação de ideias preconcebidas* [...] (Quivy e Campenhoudt, 2005:70).

O trabalho de exploração da problemática conduziu à adoção de uma metodologia de cariz qualitativo, tendo como base entrevistas, um questionário e um grupo focal, submetidos à análise crítica do discurso, como se explicará abaixo.

No processo de conhecimento de elementos próprios do contexto da UFMA e do Conexões de Saberes que permeavam os relacionamentos em investigação, realizou-se uma série de entrevistas com “testemunhas privilegiadas”, na expressão de Quivy e Campenhoudt (2005) – pessoas que pela sua posição, ação ou responsabilidade tinham um bom conhecimento do problema em foco. Para tanto, foram selecionados nove representantes da Universidade, sendo quatro especificamente do Conexões de Saberes: o Reitor, o Pró-reitor de Extensão, os três coordenadores e um tutor do Programa, a então chefe da Assessoria de Comunicação, a então chefe do Núcleo de Relações Públicas e Cerimonial e a responsável pela Assessoria de Relacionamentos Institucionais.

A delimitação da amostragem dos entrevistados foi intencional, ou seja, os nove entrevistados foram selecionados pela investigadora com base no conhecimento de cada um sobre questões relativas ao objeto de estudo (Duarte, 2005). Como diz o autor, a amostra, nesse tipo de entrevista, [...] *está ligada à significação e à capacidade que as fontes têm de dar informações confiáveis e relevantes sobre o tema da pesquisa* [...].

As entrevistas foram conduzidas por roteiros-guia (anexo 1), com perguntas abertas, que variavam em conteúdo e número de perguntas de acordo com a função exercida por cada entrevistado, tendo, contudo, uma base comum a todos eles. O roteiro continha questões institucionais em torno da função social da UFMA, da extensão universitária e do Programa Conexões de Saberes.

A partir das entrevistas pôde-se complementar o desenho do cenário da UFMA como lócus de construção e desenvolvimento dos relacionamentos institucionais da

Universidade com os bolsistas. Tais entrevistas serviram de fonte dos conceitos institucionais e as informações nelas recolhidas contribuíram para a elaboração dos instrumentos de coleta de dados junto aos bolsistas. Cada entrevista foi simbolizada pela letra “E” seguida do número atribuído a ela na sequência da realização.

Antes de cada entrevista, todas realizadas presencialmente, foi solicitado que o entrevistado lesse e, caso concordasse, assinasse um Termo de Consentimento (anexo 2), através do qual pedia-se autorização para a realização e gravação da entrevista, no horário e local pré-definidos, bem como para a utilização das informações obtidas e para a posterior complementação de algum dado, em caso de necessidade. No Termo, a investigadora comprometia-se a transcrever, na íntegra, o material gravado e a usar as informações prestadas estritamente para a elaboração da tese, identificando cada entrevistado pela função exercida.

Nessa fase de coleta de dados, teve-se, ainda, a oportunidade de participar de duas reuniões dos coordenadores com todos os bolsistas do Conexões de Saberes da UFMA. Nelas, houve o primeiro contato da investigadora com a totalidade (trinta e seis) dos conexistas, já não mais “misturados” com os conexistas de outras universidades como ocorreu durante o referido seminário nacional. Foram feitas as devidas apresentações da investigadora e dos bolsistas e dos objetivos e da metodologia da investigação que envolvia os conexistas.

Tendo-se em conta que os bolsistas representam os cotistas da UFMA, pode-se dizer que o grupo dos trinta e seis conexistas constituíram uma primeira amostragem da investigação (primeiro subgrupo). Dentre esse grupo de bolsistas, pela amostragem por tipicidade, compôs-se um segundo subgrupo típico em relação ao todo (Marconi e Lakatos, 1990), chegando-se ao equivalente a um terço dos conexistas que seriam submetidos à coleta de dados. Nesse tipo de amostragem, seleciona-se um subgrupo da população (no caso, foram selecionados dois subgrupos – a totalidade dos bolsistas e os de fato investigados) que, à luz das informações disponíveis, possa ser considerado como representativo de toda a população.

A escolha dos doze alunos foi orientada pela livre vontade deles de colaborar com o trabalho, manifestada na segunda reunião da investigadora com eles. Dentre as manifestações, buscou-se definir a amostra dos bolsistas com alunos dos diferentes cursos de graduação que compunham a totalidade deles.

Para a recolha de informações relativas aos indivíduos da amostra, primeiramente, aplicou-se um questionário individual (anexo 3). A aplicação do questionário foi de administração direta – os questionários foram enviados para os doze bolsistas, por correio eletrônico, e os próprios inqueridos o preencheram (Quivy e Campenhoudt, 2005). Antes do

envio, o questionário foi pré-testado com três bolsistas que não faziam parte do grupo investigado, após o qual foram realizados alguns ajustes. Também foi pedida a leitura e assinatura do referido Termo de Consentimento (anexo 4), devidamente adequado à aplicação do questionário e à realização do grupo focal, técnica que será abordada mais à frente.

O questionário foi estruturado em quarenta e uma questões abertas e duas fechadas, agrupadas em três partes. A primeira parte solicitava dados demográficos, hábitos culturais, hábitos associativos, consumo e acesso aos meios e às tecnologias de informação e comunicação. Da segunda parte constavam perguntas cujo tema era a UFMA, no que dizia respeito à função social, às expectativas dos bolsistas em relação à Instituição e aos relacionamentos com ela. Na terceira, tinham-se questões voltadas para a extensão universitária e para o Conexões de Saberes, focalizadas nos relacionamentos nele construídos.

Cada questionário recebeu a indicação da letra “Q” seguida do número indicativo de acordo com a ordem de devolução por email, associando-o ao bolsista respondente. É através dessa simbologia que apresentam-se recortes dos questionários no decorrer da tese.

Para a organização e tratamento do *corpus* da pesquisa, os dados coletados através do questionário foram sistematizados no que aqui denominaram-se “contextos de observação das mediações dos bolsistas” e explicitados no que se chamou de quadro de referência. Tais “contextos” foram desenhados com base nos pressupostos das teorias das mediações abordadas no capítulo três e serão apresentados no item 6.1 deste capítulo.

Após a aplicação do primeiro instrumento de coleta de dados dos bolsistas, realizou-se um grupo focal (*focus group*) com o mesmo grupo de doze conexistas que respondeu o questionário. Trata-se de uma técnica de pesquisa qualitativa que deriva de diferentes formas de trabalho com grupos, desenvolvida pela Psicologia Social, porém, utilizada em várias áreas do conhecimento para o debate de um conjunto particular de questões. A técnica objetiva captar, através das trocas que ocorrem no grupo, conceitos, representações, sentimentos, atitudes, crenças, experiências, emoções e simbologias prevaletentes no trato de uma dada questão por pessoas que partilham alguns traços em comum (Gatti, 2005).

A interação intragrupal, realizada com um certo grau de liberdade e geradora de uma cultura grupal, favorece a discussão de experiências e possibilita a compreensão mais aprofundada de determinado tipo de problema. É essa interação que diferencia o grupo focal do questionário e da entrevista, proporcionando a captação de opiniões menos individualizadas, de perspectivas diferentes sobre uma mesma questão e de ideias partilhadas. No contexto de interação emerge uma multiplicidade de pontos de vista e processos

emocionais, [...] *permitindo a captação de significados que, com outros meios, poderiam ser difíceis de se manifestar* [...] (Gatti, 2005:9).

Os relatos e as situações que surgem no grupo, conforme a autora acima, dão pistas ao investigador de como os participantes se ancoram em um dado contexto social, de como estão mobilizados e em que sistema representacional se apoiam. Considerando-se os conceitos do grupo focal, essa técnica revelou-se pertinente como fonte do *corpus* para a análise do discurso focada na representação dos atores sociais (Theo van Leeuwen, 1997), à luz do recurso teórico-metodológico das mediações. A condição de bolsistas do Conexões por si só expressa as características comuns ao grupo investigado, habilitando-os à formação de um grupo focal e qualificando-os para a discussão da questão em foco, para a qual trouxeram elementos sustentados em suas experiências cotidianas.

A investigadora fez o papel de moderadora do grupo, a quem coube, antes de iniciá-lo, lembrar os objetivos em questão e explicar a sistemática de funcionamento da técnica, segundo a qual ela lançaria uma pergunta que constava em um roteiro pré-elaborado que deveria ser respondida por todos. Ela enfatizou, ainda, que o diálogo era entre eles e não com ela e que não se tratava de qualquer tipo de avaliação, não havendo, portanto, na dinâmica, critérios de julgamento entre o certo e o errado. No decorrer do processo, a moderadora buscou fazer fluir a discussão, dar ênfase à interação do grupo, garantir a fala de todos, além de fazer anotações importantes e observar o “não falado”, através das expressões e gestos dos participantes.

A moderadora teve o auxílio de uma relatora, responsável por também fazer anotações durante o processo (para que fossem confrontadas com as anotações dela própria, logo em seguida ao término do encontro), acompanhar a gravação e, posteriormente, transcrever as falas. Nesta, em cumprimento ao compromisso da investigadora de não os identificar no trabalho, os alunos receberam uma identificação (GF-X), cujo número foi atribuído de acordo com a ordem da primeira manifestação no grupo focal. Realizado em uma sala cedida pela coordenação do Conexões de Saberes, o grupo focal teve uma duração de duas horas e dez minutos, dentro da média recomendada de uma hora e meia a três horas (Gatti, 2005). A transcrição do grupo focal ocupou trinta e nove páginas.

No roteiro do grupo focal (anexo 5), além de perguntas inéditas, repetiu-se parte das questões do questionário aplicado, em especial sobre os relacionamentos dos bolsistas com a UFMA, para que fossem debatidas em grupo. A primeira parte do guião tinha como tema a Universidade, com uma questão sobre sua função social na sociedade maranhense e outra sobre o que os bolsistas esperam dela. A segunda parte continha duas perguntas sobre os

relacionamentos no âmbito do Conexões de Saberes. A terceira abrigava cinco indagações a cerca dos relacionamentos na UFMA.

No total das três partes, foram dez as perguntas realizadas de fato. Duas outras questões previstas foram suprimidas diante da antecipação de respostas em alguma pergunta anterior ou da constatação da pouca utilidade para o debate em dado momento, dentro do conceito de flexibilização do roteiro da técnica (Gatti, 2005).

O número de participantes foi definido com base nas recomendações que faz a literatura sobre o assunto, entre oito e doze (Gatti, 2005). Não foi registrada nenhuma ausência dentre os bolsistas convidados e nem houve necessidade de realizarem-se outros encontros com o mesmo grupo ou a formação de outros grupos, já que as informações coletadas foram esclarecedoras. Para essa decisão, a investigadora considerou, ainda, que os participantes de um segundo grupo, dada a convivência cotidiana com o primeiro, poderiam pré-conceber opiniões que interfeririam na discussão do tema.

Acredita-se, por outro lado, que foi a convivência do grupo nas atividades relativas ao Conexões que facilitou a interação e a comunicação entre eles no momento da realização do grupo focal. Presume-se que outro elemento facilitador foi a experiência preliminar deles em discussões em grupo como uma daquelas atividades. Em que pese essa facilitação, a moderadora sentiu a necessidade de estimular alguns alunos mais que outros, na tentativa de todos se manifestarem sobre os pontos em discussão e para que se chegasse próximo de um equilíbrio na participação.

Nesse sentido, cabem aqui algumas considerações sobre a participação dos conexas no grupo focal, no qual emergiu a maior parte do discurso analisado nesta tese. Das dez perguntas realizadas, três não foram respondidas por dois participantes (GF-5 e GF-11) e outra por um (GF-11).

A questão a cerca da percepção sobre os relacionamentos dos bolsistas com a UFMA (questão 3.1) foi a mais explorada por eles, ocupando cerca de quarenta minutos de debate. Esse foi um momento de surpresas quanto ao conceito que eles atribuíram àqueles relacionamentos, cercando a discussão de sentidos manifestos e subjacentes, enriquecida pelo relato de situações ricas em detalhes e depoimentos emocionados, como será possível observar na análise que far-se-á no capítulo sete.

O segundo momento de debate mais prolongado ficou em torno da questão sobre o que os bolsistas manteriam no relacionamento com a Universidade (questão 3.2), associada à que tratava dos benefícios oferecidos pela Instituição para além do material (bolsa, estrutura

física etc), com uma duração de, aproximadamente, trinta minutos, seguindo a mesma direção da anterior.

A pergunta sobre os relacionamentos no âmbito do Conexões de Saberes (questão 2.2) ocupou um tempo de quinze minutos. Os diálogos de menor duração, dez minutos, foram aqueles sobre o papel social da UFMA (questão 1.1), apesar dos conceitos desse campo terem permeado toda a discussão. A segunda questão de menor tempo de debate foi sobre a influência dos bolsistas nas decisões da Universidade (questão 3.5).

Em muitos momentos, o envolvimento dos conexistas fazia parecer que não havia a presença de um moderador, configurando a essência do que é um grupo focal. Nesse processo, dentre os conexistas, GF-11 destacou-se pela menor participação (não respondeu a quatro perguntas, apesar de ter sido motivado pela moderadora) e três deles - GF-3, GF-7 e GF-10 - sobressaíram-se por expressaram-se um maior número de vezes. O que se disse, de um certo modo, está refletido na análise feita no capítulo sete. Os demais alunos mantiveram uma participação equilibrada. Não se observaram comportamentos de censura entre o grupo, nem influência evidente de um ou outro nas opiniões e relatos que surgiram.

Ao final do encontro, os conexistas revelaram ter sido o grupo focal um momento único para eles, no qual exercitaram a prática de ouvir e sentiram-se à vontade para fazer desabafo e depoimentos pessoais. Essa revelação vem ao encontro da literatura sobre o assunto, segunda a qual, muitas vezes, o grupo focal traz ganhos para além dos objetivos da pesquisa (Gatti, 2005).

Na organização do material recolhido junto aos bolsistas, procedeu-se, de início, a repetidas leituras do material empírico que emergiu do grupo focal e do questionário, durante as quais fizeram-se as marcações adequadas e identificaram-se as categorias representacionais escolhidas pelos bolsistas e as principais temáticas de discussão. A partir daí, criaram-se dois quadros (sintetizados nos quadros 2 e 3 do item 6.1), nos quais associaram-se as categorias identificadas a recortes dos discursos, que serviram de recurso exemplificativo na análise do discurso. Em um outro quadro (anexo 6), organizaram-se as temáticas dominantes nos discursos e as falas que as contemplavam, associadas aos sentidos nelas subjacentes.

A análise dos dados dividiu-se em dois momentos, apresentados, junto com os resultados, nos dois itens do capítulo sete. Primeiro, tendo-se os “contextos das mediações” como variáveis de observação, analisou-se o discurso construído pelos bolsistas no grupo focal e no questionário individual, sob a orientação da teoria da representação dos atores sociais de Theo van Leeuwen (1997). No segundo momento analítico, com base nos resultados obtidos no primeiro, analisaram-se as repercussões das mediações e das

representações nos relacionamentos entre a UFMA e os bolsistas. Ao processo de análise textual das manifestações no grupo focal somou-se o que se observou quanto às expressões e gestos, à entonação da voz, às ênfases nas falas e às emoções dos participantes, ou seja, elementos impossíveis de serem captados pela transcrição das falas.

Com tais análises, através da combinação das metodologias referidas, e melhor explicitadas nos dois itens deste capítulo, perseguiu-se a consecução de três objetivos específicos da tese. Primeiro, demonstrar como os bolsistas se auto-representam e representam a UFMA e o Conexões de Saberes em seus discursos, sob a orientação teórica das representações dos atores sociais. Segundo, identificar como as mediações dos bolsistas interferem em tais representações e na produção dos sentidos que eles atribuem à UFMA, ao Conexões de Saberes e aos relacionamentos com esses atores. Terceiro, aplicar as mediações como recurso para as investigações no campo das relações públicas.

O estudo de caso realizado na UFMA, considerando-se a classificação de Yin (2005), caracteriza-se como de caráter explicativo, já que investigou o fenômeno contemporâneo dos relacionamentos institucionais no contexto onde ocorre. Configura-se, ainda, o cunho dialético da pesquisa, demonstrado nas indagações da investigação, que vão além do propósito de apenas descrever o fenômeno, buscando uma análise aprofundada de uma realidade empírica, com seu dinamismo e contradições.

Prosegue-se, abaixo, com a apresentação dos já referidos “contextos de observação das mediações” dos bolsistas e os respectivos quadros de referências.

6.1 Os contextos de observação das mediações dos bolsistas

Para a sistematização dos contextos de observação das mediações dos bolsistas, teve-se como referencial os dados demográficos, culturais, associativos e de consumo dos meios e das tecnologias de informação e comunicação fornecidos pelos bolsistas do Conexões, através do questionário (anexo 3) que responderam. Recorreu-se, ainda, a falas do grupo focal e a informações de documentos do Conexões de Saberes. Quando aqui referenciados, os bolsistas recebem o tratamento masculino, para evitar identificações.

Tais dados foram reunidos em quatro contextos, que combinam-se na análise que sustentarão, no capítulo sete. Os contextos representam um agrupamento dos tipos de mediações apontados por Martín-Barbero e Orozco, adaptados ao estudo em questão. Levou-se em consideração que aqueles tipos de mediações remetem às interações próprias dos percursos de vida de um sujeito, diferenciando-se pelos locais, temporalidades, modos e

circunstâncias de ocorrência. Portanto, valorizaram-se as múltiplas interações dos bolsistas nas quais nascem e renovam-se os sentidos, considerando-se o dinamismo dos contextos. Tendo em conta o perfil, a trajetória, as condições socioeconômicas dos bolsistas e os dados por eles fornecidos, dois dos contextos aqui delineados são mais desenvolvidos que os outros dois.

O desenho desse quadro de referências, a partir de tais contextos, têm um caráter organizador e didático e compõe o recurso metodológico para a análise dos discursos dos bolsistas do Conexões de Saberes. Como espaços de relações, os contextos representam lugares de troca simbólica dos bolsistas e diferenciam os discursos e sentidos que conotam a realidade deles e nela os situam. São eles:

a. contextos individuais e familiares, nos quais articulam-se as mediações próprias da individualidade dos bolsistas, inseridos em seus meios culturais, e as mediações da trajetória familiar: gênero, idade, etnia, estado civil, origem social, origem geográfica, lugar atual de residência, escolas de origem, condição de aluno “cotista”, pioneirismo na família no acesso à educação superior, composição familiar, escolaridade dos pais, ocupação profissional dos pais, origem geográfica dos pais, renda familiar.

O grupo de bolsistas investigados é constituído por onze mulheres (o que segue a predominância de alunos do sexo feminino na UFMA, segundo pesquisa divulgada em 2011), com faixa etária entre 20 e 25 anos (apenas uma com 27 e outra com 30), e por um único homem, com 38 anos, sendo todos solteiros e sem filhos. Dentre o grupo, quatro são originários de cidades de pequeno porte do interior do Maranhão e oito são nascidos na capital do Estado.

São jovens afrodescendentes que estudaram em escolas públicas de São Luís (ensinos fundamental e médio), que moram com a família, em bairros da periferia da cidade, sendo dois residentes da Casa do Estudante da UFMA. Ingressaram na Universidade através do sistema de reserva de vagas e fazem parte do universo de estudantes de origem popular da Instituição.

Seus pais e mães, em sua maioria (sete), têm o curso fundamental incompleto, dois concluíram o ensino médio e três são analfabetos. Com apenas três exceções, que nasceram em São Luís, os pais são originários de pequenos municípios do Maranhão. Os pais, no caso dos que moram com a família, são lavradores, pedreiros ou motoristas, e as mães são serventes, empregadas domésticas ou donas de casa. A renda familiar varia entre um e três

salários mínimos, mas os bolsistas não trabalham. A média de componentes na família é de quatro a seis pessoas. Somente um dos bolsistas integra uma família de oito pessoas, incluindo os sobrinhos que moram na mesma casa.

Esse é o quadro familiar que representa o lugar ao qual os bolsistas pertencem, fonte de referências condicionadas pela circunstância e cultura, onde forjam-se suas identidades (Silverstone, 1994).

Os doze conexistas são os primeiros da família (núcleo principal) a frequentar uma universidade, havendo um caso de um bolsista que tem dois primos que ingressaram no ensino superior no mesmo ano que ele. Os bolsistas revelaram, entretanto, a intenção dos irmãos de também conquistarem uma vaga na UFMA, no futuro.

b. contextos acadêmicos, nos quais articulam-se os cenários e situações de interação dos alunos no âmbito da Universidade, permeados pelas mediações da Instituição: o caráter público e gratuito da UFMA, o conhecimento científico produzido e compartilhado, o Programa Conexões de Saberes, as atividades de ensino, pesquisa e extensão que realizam, as formações e eventos acadêmicos dos quais participam, a assistência estudantil recebida (auxílios da Instituição), o sistema de cotas de acesso à Universidade, as normas institucionais, os relacionamentos entre os alunos do grupo em foco e destes com a coordenação do Programa e com os colegas dos respectivos cursos, a hierarquia e o poder que permeiam as relações com a coordenação.

Os bolsistas são alunos dos cursos de Pedagogia (único curso com dois representantes na investigação por ser o predominante no total dos bolsistas), Letras, Teatro, Ciências Biológicas, Medicina, Comunicação Social, História, Ciências Sociais, Serviço Social, Artes Visuais e Educação Física. Paralelamente, todos estudam inglês no Núcleo de Cultura Linguística da própria UFMA, através de bolsas de estudo.

O grupo, através de oito deles, declara o benefício da bolsa como principal motivação para candidatarem-se a uma vaga no Conexões de Saberes, sempre aliando, porém, o interesse em participar de um projeto de cunho social-comunitário e na formação qualificada oferecida pelo Programa, como se observa no seguinte recorte:

[...]Venho de uma família humilde. Desde muito jovem trabalhei e, de certa forma, me sustentei. Quando entrei na Universidade trabalhava em uma empresa de segurança. Saí de lá porque não estava conseguindo estudar. Como só dependo de mim economicamente, procurei o Conexões. Além da bolsa, o projeto me permitiu ampliar minha atuação social e ter formações complementares[...] (Q-1).

Além da bolsa, paga aos alunos diretamente pelo Governo Federal (sem intermediação da UFMA), parte do grupo recebe outros tipos de auxílio (moradia, alimentação) provenientes do programa de assistência estudantil da Universidade. Isso os coloca em constante contato com o Núcleo de Assistência Estudantil da Instituição (NAE). Para o recebimento daqueles auxílios, os bolsistas submeteram-se a uma seleção junto com outros alunos de origem popular interessados.

Os conexas recebem apoio financeiro da Instituição para participar de eventos locais e nacionais, como contrapartida da Universidade ao aderir ao Programa Conexões de Saberes. Isso dá a eles a oportunidade de, pela primeira vez, saírem do Estado e de conhecerem outras cidades, como declara um deles:

[...]Muitos aqui já viajaram para seminários em Brasília, Goiânia, Rio de Janeiro. Se não fosse a UFMA a gente nunca, nunca, jamais tiraria o pé daqui do Maranhão. A gente não tem suporte financeiro para isso[...] (GF-11).

Os bolsistas definem o Conexões de Saberes como um lugar onde aprendem, ensinam e contribuem para a melhoria das comunidades assistidas pelo Programa. Assim, dizem que o Conexões [...] *é aprender a cada dia com o outro, é crescimento social* [...] (Q-7); [...] *É uma ponte de mão dupla, onde se aprende e se ensina* [...] (Q-9); [...] *É uma grande ferramenta para ensinar e aprender. É uma grande porta, por onde entram e saem saberes, do intelectual, refinado e complexo ao mais simples e popular* [...] (Q-11).

No tocante aos relacionamentos entre os conexas, estes enfatizam o respeito que há entre eles, mas reclamam da falta de maior aproximação, em especial fora do ambiente do Programa, e da falta de articulação para reivindicações do grupo.

O grupo reporta-se à coordenação do Conexões de Saberes como um canal entre eles e a Instituição. Com a coordenação em si, visivelmente demonstram preferência em se relacionar com um dos coordenadores, dentre os três que a compõem. Ao referirem-se à coordenação, apontam, com frequência, por um lado, a questão da hierarquia e, por outro, o apoio acadêmico e psicológico que recebem.

Os bolsistas evidenciam em suas falas a pouca visibilidade que o Conexões tem na comunidade acadêmica, revelando que isso dificulta a liberação, por parte dos professores dos cursos de graduação que frequentam, para participarem de atividades do projeto. Na interação com os colegas de curso “não cotistas” não sentem qualquer diferença de tratamento, como aponta um deles: [...] *Eu estou num curso que dizem que é bom, na área da*

saúde, e lá eu não vejo preconceito entre nós, entre quem tem mais dinheiro e quem tem menos[...] (Q-4).

No âmbito do ensino, esse grupo de bolsistas recebeu formações teóricas e práticas oferecidas pelo Programa, no campo da pesquisa qualitativa nas Ciências Sociais, elaboração de projetos de pesquisa e de extensão, produção de artigos científicos, leitura e produção textual, ludicidade e brinquedoteca, Estado, Direitos Humanos e Diversidade e ações afirmativas no contexto brasileiro e na UFMA.

As atividades dos grupos de trabalho dos quais participaram no Conexões tiveram como temas as ações afirmativas no contexto brasileiro, as políticas de acesso ao ensino superior e a função social e política da educação, esta contextualizada em diferentes momentos, e as implicações da educação na formação da sociedade.

Na área da investigação científica, os bolsistas realizaram pesquisa socioeconômica e das necessidades das comunidades atendidas pelo Programa, pesquisa de situação escolar e pesquisa do perfil socioeconômico dos alunos ingressantes na Universidade, com o objetivo de caracterizar o público da Instituição, colaborando com a elaboração de políticas institucionais.

No plano das atividades de extensão, os bolsistas ministraram, nas escolas das comunidades periféricas, oficinas com temáticas voltadas para a violência sexual e exploração do trabalho infanto-juvenil, preservação do meio ambiente, Direitos Humanos e respeito à diversidade.

No contexto descrito acima, observam-se variáveis mediadoras das atividades acadêmicas, cuja fonte é a própria UFMA, tais como: o conhecimento científico produzido e compartilhado na Universidade, o próprio Programa Conexões de Saberes, as atividades de ensino, pesquisa e extensão universitária, as formações de cunho sociopolítico, o apoio financeiro e pedagógico, as políticas afirmativas adotadas pela Instituição, a assistência estudantil, as normas institucionais, o caráter público e gratuito, a hierarquia e o poder que permeiam as interações na comunidade acadêmica.

Antes de frequentarem a UFMA como alunos, apenas cinco deles já haviam tido contato com a Instituição, através de amigos e professores de cursinhos pré-vestibulares. Há um caso específico de um bolsista, cuja mãe, como servente em um setor da Universidade, o introduziu no ambiente acadêmico.

c. contextos institucionais, nos quais inserem-se os cenários das práticas associativas e do intercâmbio simbólico com instituições nas quais os bolsistas exercem outros papéis sociais:

associações de bairro, movimentos organizados, instituições religiosas, projetos sociais dos quais participam.

Na contramão do critério de seleção ao Conexões que se refere ao engajamento em atividades ligadas ao exercício da cidadania, somente um, no grupo investigado, participa de uma associação de bairro, dois de um movimento organizado de consciência negra e três atuam em igrejas.

d. contextos culturais e de consumo dos meios e das tecnologias de informação e comunicação, nos quais articulam-se as oportunidades, possibilidades e circunstâncias de acesso à informação e às tecnologias: rádio, televisão (canais abertos e fechados), cinema, internet, redes sociais, telemóvel.

Dentre o grupo dos bolsistas, sete têm computador em casa, dos quais seis com acesso à internet, e um dispõe de computador portátil, para uso da família. Os demais conectam-se à web na sala do Conexões, predominantemente para realizar pesquisas acadêmicas, navegar nas redes sociais de relacionamento e fazer leituras de entretenimento.

Todos os entrevistados possuem telemóvel, não conectados à internet, nenhum tem outros dispositivos tecnológicos portáteis e apenas um tem assinatura de canais fechados na residência.

São jovens que lêem, com mais frequência, livros técnicos ligados às suas áreas de estudo, tendo a leitura de revistas e jornais como ocasionais. Assistem à televisão (aberta) com pouca frequência e, nesse caso, a telejornais. Quando ouvem rádio, também com pouca frequência, em geral, escolhem a FM da UFMA. Ao cinema vão uma ou duas vezes ao mês, sendo que dois deles, semanalmente.

Somente um dentre os bolsistas apontou que não frequenta as bibliotecas da UFMA. A Instituição, inclusive, é o principal local de realização das atividades acadêmicas, mais especificamente na sala do Conexões, a qual eles têm acesso durante as vinte e quatro horas do dia.

Aborda-se, a seguir, a perspectiva que fundamenta a análise do discurso dos bolsistas com base nesses contextos, cuja essência é a contextualização das representações dos atores sociais no texto, na abordagem de van Leeuwen(1997).

6.2 A representação dos atores sociais no discurso

A vertente da Análise Crítica do Discurso (ACD) que interessa a esta tese é a da representação dos atores sociais de van Leeuwen (1993,1997), a qual oferece um conjunto de categorias sócio-semânticas (de acordo com a idade, o gênero, a etnicidade, a ocupação etc) para investigar as diferentes formas como são feitas as representações no discurso, antes de verificar como elas realizam-se linguisticamente.

Segundo o autor, uma das razões para a adoção desse procedimento é que a agência sociológica nem sempre é realizada pelo papel gramatical do agente (agência lingüística). Assim, a agência sociológica detém uma importância clássica na ACD para que se conheçam [...] *quais os atores e em que contextos estão eles representados como “agentes” e como “pacientes”* [...] (van Leeuwen, 1997:169).

Em outras palavras, a análise do discurso sob essa perspectiva investiga as opções de representação dos atores sociais de relevo no discurso, com base nos papéis que eles desempenham nas práticas sociais, os contextos em que são realizadas, porque tais opções foram feitas e os interesses a que servem. Conforme van Leeuwen (1993), as práticas sociais são constituídas por doze elementos, dentre os quais ele destaca três – os participantes (atores sociais), as atividades que as compõem e as reações dos participantes.

Para van Leeuwen (1993), o discurso é uma forma de ação e também uma forma de representação das práticas sociais. Desse modo, o autor diz que, subjacente à representação, está um conjunto de coisas que as pessoas fazem na medida em que existem, com maior ou menor grau de liberdade.

No caso desta tese, a análise do discurso dos bolsistas é centrada nos atores envolvidos nos relacionamentos institucionais entre a UFMA e os bolsistas do Programa Conexões de Saberes, à luz das categorias abaixo. A contextualização dos atores tem como referencial os “contextos de mediação” delineados no item anterior, a partir dos quais pode-se chegar ao entendimento das opções de representação feitas pelos bolsistas e aos sentidos por eles manifestos.

O inventário proposto por van Leeuwen introduz, como categorias gerais, a inclusão e a exclusão às quais um ator social está sujeito no discurso. Segundo ele, [...] *as representações incluem ou excluem atores sociais, para servir seus interesses e propósitos em relação aos leitores a que se dirigem* [...] (van Leeuwen, 1997:180). Na investigação em questão, o discurso analisado não é midiático, porém, reflete os interesses, percepção e

sentidos dos bolsistas em relação aos atores sociais nele representados, ou seja, com quem eles relacionam-se no universo acadêmico.

Essas duas categorias de representação dos atores sociais foram o ponto de partida para a análise realizada. A partir daqui, considerando-se que um texto não traz todas as representações possíveis, apresentam-se somente as escolhas representacionais identificadas no discurso dos bolsistas, sem que isso esgote as categorias de representação de van Leeuwen. Associam-se tais escolhas, para efeito exemplificativo, a recortes dos discursos dos conexas, nos quais apontam-se os elementos indicadores da categorização identificada, através de negritos ou entre parênteses, quando necessário. No final do item, apresenta-se uma síntese do quadro das categorias com os recortes exemplificativos.

A representação por exclusão acontece quando há a supressão ou o apagamento (encobrimento) do ator social. Na supressão, não há referência aos atores sociais em questão ao longo do texto. É o que se vê no seguinte recorte: [...]o momento em que estabelece parcerias[...] (com quem?)(GF-12).

Já o encobrimento ocorre quando o participante é posto em segundo plano (menos visível), não sendo total a exclusão, pois os atores sociais excluídos não são mencionados em relação a uma determinada atividade, mas esta pode estar incluída no discurso ou podem os atores figurarem em outro trecho do texto. Assim, há, no discurso, vestígios que levam à recuperação dos atores. Como exemplo, vê-se o encobrimento do ator UFMA em um primeiro momento discursivo: [...]Daí a necessidade de **desenvolver planos de assistência estudantil que garantam essa permanência**[...](GF-5). Em outro momento, o bolsista revela quem é o ator encoberto:[...]a **UFMA** tem o seu plano de assistência estudantil[...](GF-5). Além dessa indicação, a Universidade, no contexto da construção do discurso, é o único ator autorizado para aquela função.

As duas realizações de exclusão, segundo van Leeuwen (1997), secundarizam os atores sociais em graus diferentes, mas ambas reduzem a quantidade de vezes que atores sociais específicos são explicitamente referidos.

Quanto à categoria da inclusão, os atores sociais podem estar inclusos de muitas formas em um texto, sendo dotados com papéis ativos ou passivos, sem que seja necessário

[...]congruência entre os papéis que os actores sociais desempenham, de facto, em práticas sociais e os papéis gramaticais que lhes são atribuídos nos textos. As representações podem redistribuir papéis e organizar as relações sociais entre os participantes (van Leeuwen,1997:186).

A ativação ocorre quando os atores sociais são representados como forças ativas e dinâmicas numa atividade, ou seja, participam ativamente do processo em questão. Pela

passivação, os envolvidos são representados como submetendo-se a alguma atividade ou como receptores (de benefícios) dela. Na fala a seguir, o ator “nós” (os conexas) exerce o papel ativo e o ator “eles” é passivado pelo primeiro: [...] *nós mostramos a eles as nossas produções* [...] (GF-6).

A representação dos atores pode ser por genericização, ou seja, como classes: [...] *nós somos alunos desta Universidade* [...] (Q-8). Pode ser, ainda, por especificação, como indivíduos identificáveis: [...] *eu queria lembrar uma coisa importante que o nosso colega “GF-7” falou* [...] (GF-12).

Os atores podem ser representados como indivíduos, referindo-se van Leeuwen(1997) à individualização, ou como grupos, apontando a assimilação, ambas as categorias também expressas nos recortes acima (“eu” e “alunos”). A assimilação pode ser por agregação, quando quantifica os grupos, tratando-os como dados estatísticos (sondagens de opinião, pesquisa de mercado). Muitas vezes é usada para regulamentar a prática e para produzir uma opinião de consenso, mesmo que se apresente como mero registro de fatos, como nessa fala: [...] *no ano tal, tantos mil alunos entraram na Universidade* [...] (GF-9).

A assimilação por coletivização, ao contrário, não quantifica os atores, como nesse recorte: [...] *muitos de nós somos os primeiros de muitas gerações que conseguiu entrar numa universidade federal* [...] (GF-3). Aqui observam-se três situações de coletivização – “muitos de nós”, “primeiros” (os bolsistas) e “gerações”.

Ainda como grupos, os atores podem ser representados através da associação, ou seja, agrupam-se atores que formam uma aliança em uma situação específica e que institucionaliza o grupo, podendo este estar dissociado (categoria da dissociação) em outros momentos do discurso. Exemplo: [...] *O papel social da Universidade é oferecer a nós, alunos e professores, condições para que possamos transformar o conhecimento adquirido aqui em algo útil para a sociedade* (GF-7). Os bolsistas associam-se, em um dado momento de interesse deles, aos demais estudantes e aos docentes da Instituição.

A indeterminação ocorre quando os atores são representados como indivíduos ou grupos não-especificados, anonimizando-os. Nos exemplos acima, nota-se que os atores estão determinados, ao contrário desse outro: [...] *Ninguém sabe nem do que se trata* [...] (GF-11).

A diferenciação acontece quando atores individuais ou em grupo são distinguidos de outro ator semelhante, criando a diferença entre o “self”(próprio) e o “other” (outro), ou entre “us” (nós) e “them” (eles) ou “others” (outros). Exemplo: [...] *Nós, conexas atuais (nós), não temos uma força política tão grande quanto conexas que já passaram (os outros) pelo projeto* [...] (GF-8).

Os atores podem ser representados por sua identidade única (nome, apelido) ou pela função que ocupa (quando somente um ator a exerce), ou seja, por nomeação - *A professora “B” mandou tirar cópia de um livro quase todo*[...](GF-7) -, ou por funções que compartilham com outros, sendo assim categorizados. Entretanto, a categorização pode ser usada como identidade única como nesse caso: [...] *há uma relação com os professores da Comunicação, os professores da Pedagogia*[...](GF-2).

A funcionalização é a categoria que representa os atores em termos daquilo que fazem - [...] *há professores que defendem e há professores que são do contra*[...](GF-12); ou em termos do que, mais ou menos, permanente ou inevitavelmente, são, ou seja, por identificação. Esta pode ser por classificação, identificação relacional e identificação física. Na classificação, as referências são a idade, o sexo, a orientação sexual, a classe social, a etnicidade, a raça, a religião, dentre outros. São categorias através das quais a sociedade ou a instituição diferencia classes de pessoas. Exemplo: [...] *eu sou moradora da Casa do Estudante*[...](GF-10).

Na identificação relacional, os atores são representados em termos da relação pessoal, de parentesco ou de trabalho: [...] *Fosse no meu bairro, um bairro pobre, fosse na Vila Nova*[...](GF-4).

A identificação física recorre a pormenores do ator como atributos físicos, por exemplo, que o identificam singularmente em um dado contexto. Os atributos podem, ainda, identificá-lo na ausência da nomeação e confundir-se com a classificação, já que, como nesse caso, remetem a características étnicas.: [...] *ele era mais branco do que eu e muito; o cabelo dele era castanho*[...](GF-6).

Através de um conjunto de substantivos que denotam alguma qualidade, representação referida por van Leeuwen (1997) como avaliação, os atores sociais podem, também, ser identificados em termos interpessoais. Exemplo: [...] *os bolsistas são [...] uma maioria desorganizada, desarticulada*[...](GF-10).

As escolhas representacionais vistas até aqui personalizam os atores sociais por meio de características “humanas”, como aponta van Leeuwen (1997) na categoria da representação por personalização. Contudo, os atores também podem ser impersonalizados, através de outros meios, como substantivos que não incluem aquelas características, diferenciando-se em dois tipos – abstração e objetivação.

Na abstração, a representação ocorre por uma qualidade atribuída ao ator, através de um termo que a contém. No recorte a seguir, no lugar de referirem-a aos ex-conexistas, os bolsistas usam o substantivo “situação”, no sentido de “problema”: [...] *“cabeças” do projeto*

vinham (à UFMA) para tentar resolver a **situação**, porque tinha uma briga política muito grande[...] (GF-8).

A objetivação ocorre, dentre outras formas, quando os atores são representados por uma referência a um local ou coisa diretamente associada a eles ou à atividade a que estejam ligados: [...] *a influência do discurso da reitoria* [...] (GF-9).

Para que se conheça o recurso utilizado para a organização das categorias de representação identificadas na análise do discurso dos bolsistas, explicitadas e exemplificadas acima, apresentam-se, abaixo, dois quadros-síntese⁸⁹. No primeiro e segundo, às categorias da exclusão e inclusão associam-se, respectivamente, recortes ilustrativos das falas dos bolsistas. Para as exemplificações, privilegiam-se recortes inéditos até aqui. No caso de representações únicas de algumas categorias, repetem-se falas já referidas no trabalho. Os resultados da análise do discurso dos bolsistas, à luz das categorias representacionais, estarão no capítulo a seguir.

Quadro 2- Categoria “Exclusão”

EXCLUSÃO	ATOR/REPRESENTAÇÃO	RECORTE DO DISCURSO	OBSERVAÇÃO
1 Por supressão	-----	[...]o momento em que estabelece parcerias[...] (com quem?) (GF-12). [...]eu fiz muitas amizades aqui na UFMA [...] (com quem?) (GF-10).	-----
2 Por encobrimento ou apagamento	(Coordenação do Conexões de Saberes) (Coordenação do Conexões de Saberes) (Universidade)	[...]encontramos tudo pronto [...] (quem aprontou?) (GF-5). [...]muitas vezes tem as reuniões [...] (com quem?) (GF-1). [...]as ações afirmativas, as cotas, eu acho isso uma contribuição [...] (de quem?) (GF-4).	A atividade incluída no discurso e o contexto apontam para o ator coordenação. A atividade incluída no discurso e o contexto apontam para o ator coordenação. A atividade incluída no discurso e o contexto apontam para o ator universidade.

⁸⁹ Dada a extensão dos quadros originais, optou-se por apresentar-se aqui somente o resumo desses. Os originais contêm todas as associações entre categorias representacionais e falas dos bolsistas identificadas nos discursos.

Quadro 3 - Categoria “Inclusão”

INCLUSÃO	ATOR/REPRESENTAÇÃO (ativos/passivos)	RECORTE DO DISCURSO
1 Gericização	Um projeto (passivo)	[...]não vai adiantar a Universidade iniciar um projeto para a sociedade se esse projeto ficar inacabado[...] (GF-1).
2 Especificação:		
2.1 Individualização	Eu/meu (ativo)	[...] Eu tive que trancar meu curso de Filosofia [...] (GF-3).
2.1.1 Assimilação:		
2.1.1.1 Agregação	Tantos mil alunos (passivo)	[...] a Universidade faz toda uma introdução: no ano tal, tantos mil alunos entraram na Universidade [...] (GF-9).
2.1.1.2 Coletivização	Grupo de conexas (ativo)	[...] o grupo de conexas vai fazer um passeio [...] (GF-3).
3 Associação	Alunos e professores (passivos)	[...] a nós, alunos e professores , condições para que possamos [...] (GF-7).
4 Dissociação	Alunos (ativos)	[...] como alunos , nós já tivemos esse contato (com a comunidade) [...] (GF-8).
	Professores (ativos)	[...] alguns professores costumam dizer que muitos alunos só estão passando pela UFMA [...] (GF-5).
5 Indeterminação	Alguém (ativo)	[...] alguém pode dizer que é esmola [...] (GF-4).
6 Determinação	Professor “A” (ativo)	[...] o professor “A” nos motivou [...] (GF-11).
7 Diferenciação	Aluno da escola particular/ o aluno da escola pública (ativos)	[...] o aluno da escola particular mata um leão por dia e o aluno da escola pública mata dez! [...] (GF-2).
	Aquele aluno do interior/ aquele da capital (passivos)	[...] Tem que haver uma fiscalização mais forte porque nem sempre aquele aluno que vem do interior está necessitando tanto quanto aquele da capital! [...] (GF-8).
8 Nomeação	Professor “C” (ativo)	[...] o professor “C” comentou na turma sobre a lista de livros que eles consideram importantes [...] (GF-7).
9 Categorização	Professores do ensino fundamental (ativos)	[...] eu tive professores do ensino fundamental que diziam assim [...] (GF-6).

10 Funcionalização	Tutores	[...]uma articulação entre conexas e tutores [...](GF-3).
11 Identificação	Estudante de origem popular (ativo)	[...]enquanto estudante de origem popular tenho que me virar[...](GF-2).
11.1 Classificação	Minha avó/ minha mãe	[...]No tempo da minha avó , da minha mãe , nem se pensava em faculdade[...](GF-4).
11.2 Identificação relacional	Louro	[...]cabelo dele é louro e ele passou [...](GF-5).
11.3 Identificação física		
12 Avaliação	(Coordenador) brincalhão	[...]em relação aos coordenadores, realmente, tem um que é mais brincalhão [...](GF-1).
13 Impersonalização	Situação (ex-conexas)	[...]“cabeças” do projeto vinham (à UFMA) para tentar resolver a situação [...](GF-8).
13.1 Por abstração	Reitoria	[...]a influência do discurso da reitoria [...](GF-9).
13.2 Por objetivação		

7 OS RELACIONAMENTOS ENTRE A UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO (UFMA) E OS BOLSISTAS, SOB O PRISMA DAS MEDIAÇÕES: ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

Neste capítulo, articulam-se os dados coletados na investigação de campo com o referencial teórico construído. O capítulo está dividido em dois momentos de análise e de interpretação de dados, os quais, embora distinguidos em dois subitens, interligam-se e complementam-se.

Inicia-se com a análise do discurso dos bolsistas, focada nas categorias de representação dos atores sociais, com base na orientação teórica de van Leeuwen (1993, 1997), tendo-se como variáveis de contextualização daquelas representações os “contextos das mediações” delineados no capítulo anterior. Objetiva-se com isso verificar como as mediações intervêm nas escolhas representacionais e na produção dos sentidos que as permeiam. Em outras palavras, a análise consiste em identificar tais escolhas, em que contextos os bolsistas as realizam e os sentidos que as representações trazem em si.

Esclarece-se que a citação dos “contextos individuais e familiares” e dos “contextos acadêmicos”, como referenciais de análise, predomina sobre os “contextos culturais e de consumo dos meios e das tecnologias de informação e comunicação” e os “contextos institucionais”, em decorrência da própria trajetória de vida dos bolsistas, como foi visto.

Convém evidenciar, ainda, que o discurso também é analisado na perspectiva da euforia e da disforia, ou seja, sob o enfoque da conotação positiva e da negativa, respectivamente.

Na segunda parte da análise, com sustentação na análise do discurso descrita acima, objetiva-se identificar, através das representações, de que forma as mediações interferem e manifestam-se nos modos dos bolsistas se relacionarem com a UFMA e na percepção que eles constroem de tais relacionamentos. Têm-se, assim, direta ou indiretamente, as mediações como recurso teórico-metodológico em ambas as análises, porém, no segundo momento analítico, as interpretações remetem mais às representações, sem que se deixe de se referir especificamente às mediações, de acordo com a pertinência. Justifica-se, assim, pelo detalhamento necessário, a maior extensão da primeira parte da análise.

Para efeito de ilustração das análises, recorre-se a recortes das falas dos bolsistas e a trechos das entrevistas com dirigentes da UFMA e do Conexões de Saberes, os quais,

algumas vezes, repetem-se integral ou parcialmente, nos dois momentos analíticos, para fundamentar as contextualizações. Outras vezes, retomam-se questões já tratadas, para analisá-las em perspectivas diferentes. Os bolsistas são referidos no masculino, para evitar-se a identificação de quem fala.

7.1 Os atores sociais representados no discurso dos bolsistas

Dentre os atores sociais que os bolsistas representam em seus discursos, sobressaem-se, como principais, pela frequência e circunstâncias em que aparecem, eles próprios, a UFMA, o Programa Conexões de Saberes e a coordenação deste. São estes os protagonistas dos relacionamentos de que trata esta tese.

Outros quarenta e cinco atores emergem naqueles discursos, dos quais destacam-se, como secundários, a comunidade acadêmica (professores e alunos da UFMA), por constituir-se um grupo no qual os bolsistas ora se incluem, ora se excluem, as comunidades carentes, referidas de forma associada à origem deles, e ainda, a sociedade, palco da questão da exclusão e da inclusão socioeducacional, tema que atravessa a construção dos discursos e a análise em questão.

As representações dos bolsistas e dos outros três atores sociais principais são analisadas em subitens diferentes, embora entrecruzem-se ao longo da análise, como reflexo do que acontece nos discursos. Dessa forma, às vezes, as representações de um ator podem surgir no item que aborda as representações do outro. A análise das representações dos atores sociais secundários é realizada à medida que estes surgem nas falas **ilustrativas** dos bolsistas.

Esclarece-se que os alunos são citados tanto como bolsistas, quanto como conexas, usando-se ambos os termos para nomeá-los e especificá-los como estudantes da UFMA que participam do Programa Conexões de Saberes, sem qualquer conotação negativa ou reducionista. A intenção de justificar o uso dos termos é evitar alguma relação com o sentido de certas auto-representações do grupo que aqui serão demonstradas.

Convém fazer alguns comentários sobre os participantes que mais se pronunciaram no grupo focal, complementando o que se disse no item sobre o percurso metodológico e que **poderão** ser observados nas análises abaixo.

O participante GF-3 é autor dos relatos mais emocionados (chegando a ter lágrimas nos olhos), emocionantes e ricos em elementos para análise, no campo das dificuldades que enfrenta na vida acadêmica, em contraponto ao que ele próprio declara – sente-se “uma minoria privilegiada” por estar na Universidade.

Já o participante GF-7 foi a voz discordante do grupo em algumas situações pontuais, além de suas falas revelarem uma percepção por um prisma diferente dos demais, em que pese, após suas manifestações, outros participantes fazerem referência aos seus pontos de vista.

O conexista GF-10, apesar de comungar das mesmas características dos outros onze conexistas, revelou uma perspectiva calcada no fato de ser morador de uma residência universitária e beneficiário de bolsa alimentação. Segundo ele, dentro do grupo era quem tinha [...] *um relacionamento muito estreito com a UFMA* [...], quem se sentia [...] *mais parte dessa universidade do que qualquer outro se sente* [...].

7.1.1 As auto-representações

Os bolsistas, predominantemente, realizam as representações de si mesmos de forma coletivizada, através do pronome pessoal “nós”. Auto-representam-se, com maior frequência, como alunos de origem popular, ou seja, personalizam-se através da condição socioeconômica, ao escolherem substantivos como “pobres”. Para classificarem-se recorrem, também, a elementos específicos, como o “meu bairro”, associando-o àquele estatuto, em uma representação por identificação relacional.

É o que se vê nas seguintes falas: [...] *Nós somos pobres salientes*⁹⁰ *ocupando o espaço da elite* [...] (GF-3); [...] *a Universidade não foi feita para os alunos de origem popular. Não, foi pensando nos deles, não em nós* [...] (GF-6); [...] *já tem muitas pessoas do meu bairro na Universidade; antes era só os que tinham mais condições; hoje, não, tem pessoas que são pobres* [...] (GF-4).

Duas outras representações pelas quais classificam-se ou categorizam-se são “bolsistas” e “conexistas”, as quais também expressam a condição socioeconômica, à medida que ambos os termos estão associados a um programa com as características do Conexões de Saberes.

Os alunos usam, ainda, a genericização, através de expressões que, entretanto, conduzem ao estatuto ao qual pertencem, quando dizem, por exemplo, que a Universidade tem que dar oportunidade para [...] *pessoas que estão próximas, mas não têm condições de se manter na Universidade* [...] (GF-1) e que, no âmbito da função social da Instituição, ela tem

⁹⁰ O termo “saliente” é usado, popularmente, no Maranhão, para referir-se a alguém que se coloca em algum lugar indevido ou faz alguma coisa que não tem direito de fazer ou para a qual não tem condições (financeira, moral). Tem um sentido de atrevimento.

que [...] *abrir as portas para a sociedade maranhense, não excluindo as pessoas com dificuldades diversas* [...] (Q-2).

Embora diversifiquem as escolhas representacionais, a conotação destas, em geral, é disfórica, orientada pelas mediações próprias da individualidade deles, dos meios culturais onde estão inseridos e da trajetória familiar.

No grupo de recortes acima, observam-se as expressões antagônicas “pobres salientes” e “elite”, no primeiro, “nos deles” e “em nós”, no segundo, e “ter mais condições” e “ser pobre”, no último, pelas quais os bolsistas nomeiam e diferenciam social e economicamente dois grupos no contexto acadêmico – a “elite” e os “pobres”. Evidenciam, assim, no discurso deles, uma marginalização histórica das classes populares, em um cenário educacional elitista, remetendo ao que diz Santos (2008) sobre o protagonismo da universidade na exclusão daquelas classes.

Em outros momentos discursivos, esses alunos estabelecem mais diferenças entre dois grupos, colocando-se, novamente, à margem da comunidade acadêmica, apesar de dela fazerem parte, a partir do momento que furaram o cerco do elitismo: [...] *Nós somos praticamente um grupo inexistente para os outros estudantes da UFMA, que não são bolsistas do Conexões* [...] (GF-7); [...] *Poucos sabem da nossa existência na UFMA* [...] (referindo-se ao Conexões) (GF-11); [...] *o projeto Conexões não é reconhecido dentro da Universidade. Isso é grave! É um projeto da Universidade que os universitários não conhece, a não ser os bolsistas!* [...] (GF-3).

Nesses casos, os bolsistas nomeiam-se como o próprio Conexões, com ele confundindo-se e a ele conferindo e, por conseguinte, a si mesmos, a conotação da invisibilidade na comunidade acadêmica, em contraposição à era da visibilidade em que se vive na contemporaneidade, abordada anteriormente.

Assim, diferenciam-se - “nós”, bolsistas, e “eles”, os não bolsistas -, seguindo o mesmo sentido da distinção entre os “pobres” e a “elite”, através de uma auto-representação com sentido negativo e excludente, em um discurso de denúncia (“é grave”), consoante com o referido cenário elitista. O pronome indefinido “poucos”, no segundo recorte, não só os reduz no universo da UFMA como anonimiza e diferencia um terceiro ator coletivizado, porém, nesse contexto, indeterminado – o reduzido grupo de pessoas que sabem da existência do Conexões, ou seja, deles.

Em geral, quando as escolhas representacionais dos bolsistas são orientadas pela condição socioeconômica, como se viu acima, eles auto-representam-se no discurso como atores inclusos, personalizados e passivados pela UFMA ou pelo Conexões, por meio de

expressões como “tem pessoas (na Universidade) que são pobres” e “bolsistas do Conexões”, por exemplo.

A passivação ocorre, assim, pelo viés que os diferencia dos demais alunos, o estatuto socioeconômico, e que os tornou cotistas e bolsistas. Isto é, quando passivam-se em relação à UFMA está implícita a beneficiação do acesso deles (pobres) à educação superior pelo sistema de cotas raciais e sociais, que mudou o cenário acadêmico brasileiro. Pelo Conexões, a passivação está no recebimento da bolsa-auxílio, cujo objetivo é ajudar os cotistas a manterem-se financeiramente na Universidade.

No contexto desse mecanismo afirmativo que possibilitou-lhes o ingresso no ensino superior, os conexistas distinguem-se de um outro grupo, este fora do universo acadêmico, revelando, mais uma vez a passivação referida - aqueles que, como eles, são de origem popular, mas não tiveram a oportunidade da formação universitária, já que ainda não havia o sistema de cotas, como se percebe nesses três recortes: [...] *Eu me sinto feliz, porque muitos queriam estar na Universidade, mas poucos estão*[...](GF-8); [...] *muitos de nós somos os primeiros de muitas gerações que conseguiram entrar numa universidade federal*[...](GF-3); [...] *No tempo da minha avó, da minha mãe, nem se pensava em faculdade*[...](GF-4).

Por meio da indeterminação da oração “poucos estão”, na primeira fala, da coletivização pelas expressões “muitos de nós” e “primeiros de muitas gerações”, na segunda, e da identificação relacional em “minha avó, minha mãe”, na última, os conexistas diferenciam-se dos “muitos (membros da sua família ou não)” que queriam estar na universidade, porém, continuam fora desta. Conferem a si mesmos uma conotação eufórica, em oposição à disforia conotada nas diferenciações anteriores, apesar do referencial diferenciador ser o mesmo (as cotas). Passam de excluídos (da academia) a incluídos e privilegiados, embora o discurso também seja de denúncia, dessa vez de uma situação que não os atinge individualmente, mas as pessoas do seu entorno.

Considerando-se as duas situações de diferenciação de grupos feitas pelos bolsistas (ora de exclusão, ora de inclusão na comunidade acadêmica), nota-se um modo paradoxal de auto-representação, que remete ao que Gregory Bateson et al (1956) chamam de “*double bind*”, um conceito desenvolvido na investigação das patologias da comunicação, que tem como base a teoria da comunicação de tipos lógicos. De forma breve, pode-se dizer que trata-se de uma maneira ambígua de se comunicar, na qual uma mensagem nega a outra, ou seja, há um conflito na comunicação do tipo lógico, que pode gerar uma confusão mental nos sujeitos envolvidos e, de acordo com fatores ligados às relações afetivas e familiares,

provocar patologias, segundo o autor. Contudo, em oposição a esse conceito, há estudos que criticam a patologização dos relacionamentos contraditórios, defendendo que eles são naturais e necessários ao sistema humano de formação de significado.

O conceito *double bind* permeia as escolhas representacionais dos bolsistas, fazendo-se, assim, referência a ele em alguns momentos desta análise, porém, sem desenvolvê-lo, já que tem-se outra orientação metodológica. Cabe observar, ainda, que a ambiguidade contida em tal conceito aproxima-se dos paradoxos da era digital que medeiam a comunicação dos atores contemporâneos, comentados no item 4.2.

Ainda no que tange a passivação de que se tratava acima, os conexas revelam mais uma situação de beneficiação quando nomeiam-se alunos da UFMA, em um contexto institucional macro, não mais restrito às cotas: [...] *O papel social da Universidade é oferecer a nós, alunos e professores, condições para que possamos transformar o conhecimento adquirido aqui em algo útil para a sociedade*[...](GF-7). Eles incluem-se na comunidade acadêmica, através da categoria da associação, e como tal representam-se, igualando-se e aliando-se, assim, aos demais universitários quanto ao direito de receber conhecimento, como constituintes do corpo discente da Instituição. Desse modo, contrapõem-se às diferenciações entre grupos demonstradas anteriormente (“bolsistas” e “não bolsistas”, “pobres” e “elite”) e à referida invisibilidade na comunidade acadêmica, em mais uma ocorrência do *double bind*.

Contudo, nas mesmas falas, nota-se que os bolsistas oscilam entre a passivação, através do benefício de “receber conhecimento” do ator Universidade, e o papel ativo que atribuem a si mesmos de “transformar o conhecimento” em favor da sociedade. A agência sociológica deles é exercida na esfera do coletivo, na qual eles se inserem na perspectiva do compromisso com a sociedade, passivando-a.

Na esfera do coletivo, os conexas recorrem, muitas vezes, ao termo “retorno” para expressar compromissos e obrigações com a sociedade, tanto por parte da UFMA, como instituição que recebe e é mantida por recursos públicos, como por parte deles, como beneficiários desses recursos. Quando referem-se ao compromisso social da Universidade, nele incluem-se e a ela vinculam-se, auto-representando-se tanto no papel passivo, como beneficiados (“a sociedade paga”) e portadores de direitos, como no ativo (“temos que dar retorno”), no exercício dos seus deveres de cidadãos. Neste caso, coletivizam-se pelo pronome pessoal “nós”: [...] *Esta Universidade é pública! Vive dos tributos pagos pelos cidadãos maranhenses. Toda a sociedade paga para que estejamos aqui. Nós temos que dar um retorno de qualidade*[...](GF-10).

Da mesma forma coletivizada e ativa (“nós temos”), identificam-se como a própria Instituição, quando a preocupação é o acesso dos alunos à Universidade: [...] *Nós temos a preocupação de inserir alunos na Universidade*[...](GF-7).

No entanto, passam para a passivação, deixando de auto-representarem-se tanto como a Instituição quanto como estudantes dela, à medida que a questão é a qualidade do ensino, a qual condicionam o retorno do conhecimento à sociedade. Com isso, os bolsistas desenham contornos de transferência de responsabilidades, em uma postura de cidadãos espectadores e não de atores do processo: [...] *não há preocupação com a qualidade do ensino, como os jovens estão se mantendo na Universidade. Isso interfere na formação dos alunos e no papel que eles vai desempenhar na sociedade*[...](GF-7); [...] *a Universidade tem que oferecer suporte para que os acadêmicos possam atuar nas comunidades, de forma mais eficiente*[...](GF-5).

Com um discurso de denúncia, escolhem para as representações a categoria da genericização, substituindo o “nós” de falas anteriores por “os jovens”, “os acadêmicos”, “os alunos” e “eles”, como se não se referissem a eles mesmos. Realça-se, na última fala, a associação entre retorno social e atuação nas comunidades, em uma referência evidente aos contextos individuais, familiares e institucionais dos bolsistas, da mesma forma que nesse outro recorte:

[...] *A Universidade exerce seu papel social no momento em que leva condições para pessoas, comunidades e famílias que necessitam dos serviços e ações sociais, que contribuam para a melhoria da qualidade de vida*[...](GF-12).

Ainda no plano da associação entre retorno social e atuação nas comunidades, ao representar a Universidade através do papel social inerente a ela, os alunos imbricam-no a uma das funções da Instituição, a extensão universitária, auto-incluindo-se, indiretamente, como beneficiários, tanto na condição de alunos extensionistas que levam aquelas ações até as pessoas, como na de oriundos de comunidades carentes, que necessitam daqueles serviços. Para eles, a extensão universitária é [...] *o mecanismo pelo qual a Universidade assiste aos cidadãos, levando conhecimento para as comunidades*[...](Q-4); [...] *é contribuir com a solução de problemas da sociedade*[...](Q-12); [...] *é preparar cidadãos para a transformação da sociedade, ou seja, pessoas críticas que ajudem a enfrentar e questionar a situação vigente*[...](Q-8).

A função social da Universidade, por essa perspectiva, materializa-se nas ações extensionistas, nas quais ora os conexas são sujeitos, atores ativos (“levar conhecimento”,

“enfrentar a situação”), ora objetos, atores passivos (“são preparados para atuar”), em outra ocorrência da já referida oscilação entre a passividade e a atividade quando a referência é a Universidade, no terreno do compromisso social desta e deles.

Esse prisma da representação do ator UFMA pelos bolsistas converge para o que se disse sobre a extensão como o eixo do ensino superior que mais aproxima a universidade da sociedade que a mantém financeiramente, no pleno exercício do seu papel social, em uma relação transformadora e de troca de saberes.

As representações da sociedade como comunidade e da Universidade através do seu papel social, nos recortes acima, refletem um panorama que toca diretamente os bolsistas, por sua origem popular - a problemática das políticas públicas voltadas para as necessidades básicas de toda a população. O Estado de origem e moradia deles e dos seus pais, o Maranhão, tem o segundo pior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do país, com déficits em todas as áreas sociais, além de deter o maior índice de mortalidade infantil do Brasil, associados, principalmente, à má distribuição de renda.

O discurso dos conexistas é moldado, desse modo, pelo material simbólico dos contextos de origem e vivência deles, que os conduz a uma identificação com aquelas comunidades beneficiárias do retorno do conhecimento científico produzido na e pela UFMA. Dessa maneira, os conexistas, indiretamente, incluem-se naquela camada carente da população.

No discurso dos bolsistas notam-se, além da manifestação das mediações individuais e familiares que promovem a identificação referida acima, as mediações dos contextos acadêmicos, constituídas pelos conceitos que cercam o Conexões de Saberes, pelas formações que recebem e pelas práticas de extensão e investigação realizadas no âmbito do Programa, que os levam à criticidade e consciência cidadã, em que pese a baixa participação do grupo em movimentos sociais organizados, como se viu no item 6.1.

No plano do compromisso social, os conexistas, mais uma vez, nomeiam-se social e economicamente (“jovens de origem popular”/“nosso lugar”, “estudantes de baixa renda”), em uma postura de identificação com a comunidade com quem querem compartilhar os conhecimentos adquiridos, evidenciando uma relação entre direito e dever:

[...]Vi no Conexões uma oportunidade de levar conhecimento acadêmico às zonas periféricas e de dizer aos jovens de origem popular que a Universidade também é nosso lugar[...] (Q-7).

[...]O Conexões ajuda estudantes de baixa renda a manter-se na Universidade e ainda possibilita a estes alunos compartilhar os conhecimentos que adquirem na Universidade com os menos favorecidos

numa relação de troca. Eu gosto de compartilhar e aprender com aqueles que, de certa forma, se parecem comigo[...] (Q-11).

Os bolsistas representam as comunidades carentes tanto como o lugar de origem deles (“o nosso lugar (dos jovens de origem popular)”), quanto como o território para onde retornam o conhecimento adquirido na Universidade (“zonas periféricas”). Paradoxalmente, ao mesmo tempo que conotam uma semelhança com “os menos favorecidos”, deles diferenciam-se pelo conhecimento científico (“levar conhecimento acadêmico”), o que os desloca para um outro estatuto (acadêmicos).

Os papéis que exercem, naqueles momentos discursivos, variam, de novo, entre a passividade e a atividade, no mesmo contexto do compromisso social, o qual assumem, dessa vez de forma explícita e direta, com os segmentos de onde são oriundos (“zonas periféricas”, “aqueles que se parecem comigo”). Na condição de estudantes, eles estão sujeitos (passivos) à instituição universitária à medida que dela recebem conhecimento, porém, nas situações acima, atribuem a si mesmos um papel de ator ativo (“levar conhecimento”), investindo-se de uma autoridade legítima de quem exerce um direito adquirido - estar na Universidade - e cumpre um dever social. Nesse caso, também ocorre uma passivação, já que, além de ser um processo de compartilhamento, é de aprendizagem (“eu gosto de compartilhar e aprender”).

Os participantes do Conexões percebem-se, assim, para além da condição de alunos da UFMA e portadores de deveres para com a sociedade, como cidadãos detentores de direitos, se ainda não no exercício pleno destes, dispostos a reivindicá-los. Nesse caso, auto-representam-se como lutadores, pela categoria da coletivização: [...] *Nós estamos aqui exercendo o nosso direito* [...] (GF-7); [...] *nós temos que lutar pelas coisas e direitos. Não podemos perder o que lutamos tanto para conseguir* [...] (GF-4); [...] *Na Universidade, o aluno de origem popular tem que lutar muito* [...] (GF-2).

Esse direito, embora reconhecido como sendo de todos, é, na verdade, exercido por “uma minoria privilegiada”, como auto-classificam-se no recorte a seguir, associando esta auto-representação à percepção da Universidade no contexto do cenário elitista que se comentou acima: [...] *nós somos sim uma minoria privilegiada e nós conseguimos nossa vez aqui dentro!* [...] (GF-3). O privilégio decorre das oportunidades e benefícios que lhes são oferecidas pelo estar na UFMA, de obter conhecimento, ter uma profissão e mais chances após a conclusão do curso, como declaram em outros momentos discursivos.

Cabe aqui apontar uma discordância de um dos bolsistas, no que tange ser “privilegiado” ou “beneficiado” por estar na UFMA e ter acesso ao conhecimento, a única

nesse sentido, apesar de outros manifestarem a percepção do ensino como dever daquela instituição pública e gratuita:

[...]eu não vejo o conhecimento que me é oferecido aqui como benefício, apesar dos argumentos dos colegas, na medida em que a gente tem que matar dez leões por dia aqui, tem que se virar! [...] Nós estamos aqui exercendo o nosso direito [...] (GF-7).

Em um contexto que coaduna-se com a citada posição de “minoría privilegiada”, os conexistas, como alunos da UFMA, evocam o *status* da Instituição para diferenciar-se dos estudantes das instituições privadas. Isto é evidenciado através do depoimento de um deles, no qual relata, em um misto de envaidecimento e indignação, a distinção entre o tratamento recebido por um grupo de cinco estudantes da UFMA (“nós”) e um grupo composto por vinte alunos de uma instituição privada da cidade (“os outros”), por ocasião de um determinado evento em uma segunda faculdade particular de São Luís:

[...]Quando nos identificamos que éramos da Universidade Federal do Maranhão, as portas se abriram. Mandaram nós entrarmos e, os outros, ficaram do lado de fora, não passaram do portão, não passaram! [...] (GF-3).

Em momentos como estes, os conexistas identificam-se pelo vínculo com a Instituição e revestem-se do poder simbólico que permeia o *status* desta, revelando as mediações da UFMA. Como disse outro conexista, apontando o poder de influência da Universidade sobre eles e sobre a sociedade e, ao mesmo tempo, indicando que este poder, de um certo modo, é o elemento diferenciador daqueles grupos:

[...]a influência que nós sofremos (da UFMA) faz com que nos sintamos, de certa forma, melhores, superiores aos alunos de uma faculdade particular [...] (GF-7).

Esse aluno, GF-7, novamente, foi o único que manifestou sua oposição ao comportamento do grupo de alunos da UFMA na situação acima. Nesse caso, declarou abertamente que *[...]não entraria. Eu não entraria. Se eu estou com dois grupos de estudantes, o meu grupo pode entrar em determinado local e o outro grupo não pode, eu não entraria [...]*. O mesmo bolsista continua e diz que *[...]a diferença é que em vez de se sentirem envergonhados, vocês se sentirem privilegiados [...]*.

Embora a questão do poder não seja o aspecto central desta análise, não se pode deixar de observá-lo ao longo dos discursos dos bolsistas e, por isso, a ele faz-se menção de forma breve, no contexto pertinente. Nesse caso, orienta-se pelo conceito de poder simbólico de Bourdieu, segundo o qual este é um poder de construção da realidade que tende a

estabelecer o sentido imediato do mundo, [...] *um poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização* [...] (Bourdieu, 1989:14).

Além das representações no campo do social e do coletivo, as quais alternam-se entre a passividade e atividade, os bolsistas também realizam escolhas representacionais no plano do individual, com a mesma oscilação, nesse caso por meio da categoria da especificação (como indivíduos identificáveis), revestida de um caráter de satisfação e conquista, como se observa nesses recortes: [...] *eu sou privilegiada por estar na UFMA* [...] (GF-9) e [...] *Eu sou a primeira na minha família que entra na Universidade* [...] (GF-2). Observa-se, neste último, a possibilidade de interpretar-se a representação sob o prisma da passivação (benefício do acesso ao ensino superior), a exemplo do primeiro. Entretanto, tomou-se para referencial da agência dos bolsistas o ato da conquista de uma vaga na Instituição, da ruptura de uma situação histórica de exclusão.

Tal oscilação ocorre, ainda, através de outros elementos que também conotam benefícios e ações individuais, como ter ganhos/conhecer pessoas e estar na UFMA/ir a outra cidade (passivação e atividade, respectivamente), através das categorias da nomeação (“eu”): [...] *eu acredito que tenho muitos ganhos por estar aqui, porque nessa Universidade eu conheço pessoas, lugares, coisas novas, que fora dela eu não iria conhecer* [...] (GF-2); [...] *se não eu estivesse na UFMA, não teria nunca ido ao Rio de Janeiro* [...] (GF-1).

Nas situações acima, embora, predominantemente, realizem as auto-representações de forma coletivizada, como em muitos exemplos anteriores, os conexas individualizam-se (“eu”), assim como nas falas que se seguem abaixo, por meio dos pronomes “eu” e “meu”. Nessas falas também diferenciam-se (“eu”/“o outro”), através, principalmente, do viés socioeconômico e das dificuldades vividas em decorrência de tal estatuto, no âmbito da luta pela permanência na Universidade:

[...] *eu tenho uma bolsa moradia e uma bolsa alimentação. Nesse sentido é que eu me sinto mais parte dessa Universidade do que qualquer outro se sente! Eu vivo aqui! Nas férias eu estou aqui* [...] *Eu fiz muitas amizades aqui* [...] (GF-10).

[...] *Eu tive que trancar meu curso de Filosofia, quase tranquei o curso de História, porque eu não tinha onde dormir! Quando eu não dormia na rua, dormia no CCH⁹¹* [...] *várias vezes eu fiz isso* [...] (GF-3).

As auto-representações dos bolsistas, com significações negativas ou positivas, associam-se a variáveis mediadoras socioculturais próprias da individualidade dos

⁹¹ Centro de Ciências Humanas da UFMA, local onde funcionam os cursos citados pelo aluno.

componentes do grupo, de seus percursos de vida pessoal e familiar e dos contextos de suas experiências e práticas sociais, no cenário do Maranhão.

Em um Estado onde, segundo dados do IBGE (2010), 20,9% da população de 15 anos de idade ou mais é analbabetas (o quarto pior índice do país) e no qual apenas 30% a cada grupo de cem alunos matriculados no ensino fundamental consegue concluí-lo, os conexistas são os primeiros universitários da família e personificam a ruptura de uma tendência “prevista e natural” de exclusão social e educacional, que torna-se [...] *motivo para o bairro inteiro comentar, a semana inteira: “olha, passou para uma universidade federal”* [...] (GF-6).

Somam-se às mediações individuais e familiares, os contextos acadêmicos que abrangem as interações e vivências, no território da UFMA, dentro e fora dos cursos que os bolsistas frequentam, as formações no campo sociopolítico que recebem no Conexões, a convivência com grupos acadêmicos dos quais, como se viu, quase sempre, diferenciam-se, de modo disfórico, ora revelando a introjeção da condição de pobre/cotista/bolsista, ora tentando romper com ela. Essas mediações provocam auto-representações que, por vezes, opõem-se, de acordo com o referencial, como nas situações citadas no terreno da comunidade acadêmica (são “excluídos” ou sentem-se à margem desta comunidade, mas, por outro lado, contraditoriamente, também representam-se como a própria UFMA ou evocam o *status* desta, por exemplo), remetendo à comunicação ambígua que se comentou acima.

Aquelas variáveis socioculturais refletem-se na compreensão do que é ter direitos e deveres, do que é sentir-se ora sujeito social, ora objeto do social, excluído da sociedade. Estruturam discursos de vitória e de resistência, os quais trazem consigo contornos de denúncia, como já se viu, expressa, mais uma vez, nas seguintes falas: [...] *as portas, digamos assim, estão mais largas, mas a questão é continuar, permanecer com qualidade* [...] (GF-10); [...] *É difícil entrar, mas se manter na Universidade é mais difícil ainda* [...] (GF-2).

Nesses recortes, os atores estão representados por exclusão por encobrimento, porém as atividades de “continuar”, “permanecer” e “manter-se” indicam os bolsistas como atores do processo. A problemática da permanência dos conexistas na academia está evidente em muitas falas apresentadas abaixo.

A entrada na Universidade pelas “portas mais largas” simboliza, ao mesmo tempo, a vitória do ingresso na academia e o enfrentamento de novas dificuldades, agora no que se refere à permanência, uma vez que o aluno de origem popular [...] *tem que matar dez leões por dia aqui, tem que se virar* [...] (GF-7). Assim, os bolsistas, mesmo já tendo conquistado o direito de serem alunos da Universidade, mantêm escolhas auto-representacionais com conotações de luta, evidenciando tanto a inclusão (“as portas estão

mais largas”), como um novo tipo de exclusão educacional (“a questão é permanecer, ainda mais difícil”). Neste sentido, as auto-representações inclusivas e excludentes associam-se a outros modos como os bolsistas representam a UFMA além do já observado (através do papel social), que repercutem nos relacionamentos com ela construídos, ambos os temas abordados mais à frente.

Uma segunda ocorrência de auto-representação por exclusão por encobrimento está nesse recorte, no qual coletivizam-se de modo indeterminado, por pronomes indefinidos (“maioria”, “ninguém”), representando-se como grupos não identificados: [...] *a maioria reclama que a gente não tem poder de decisão, que as coisas são impostas, que vem tudo pronto, mas ninguém se organiza, ninguém se mobiliza*[...](GF-12). Nele, contudo, apesar da indeterminação expressa, há pelo menos uma referência aos bolsistas (“a gente”), além do contexto do discurso também conduzir a eles. Colocam-se, assim, em segundo plano, em um contexto de diminuição da capacidade de mobilização ou revelando a ausência de ambiente propício para mobilizarem-se em favor de alguma questão. Afastam, por outro lado, a possibilidade de serem submetidos a julgamentos ou passarem por constrangimentos, inclusive pela presença de alguém estranho a eles, a moderadora do grupo focal, embora esta tenha firmado e honrado o compromisso de sigilo total sobre a discussão em foco e da não identificação dos participantes.

Naquela fala, o aluno não se refere explicitamente ao grupo de conexistas, provavelmente para não se expor e também para eximi-los da responsabilidade de articularem-se para uma mudança. Há outras possíveis interpretações para tal comportamento, dentre elas a falta de necessidade de explicitar os atores, já que são óbvios, o respeito que eles revelam uns pelos outros e, ainda, a falta de motivação naquele sentido, uma vez que, em dados momento, os bolsistas referem-se à prática da hierarquia no âmbito do Conexões.

A omissão da identificação do grupo, no caso acima, ocorre, assim, no campo da neutralidade, que pode ser conveniente e/ou necessária, pois, quando indagados sobre as motivações para terem se candidatado à seleção do Conexões, embora destaquem o interesse em aprender e ensinar, em um exercício de troca de saberes, os conexistas sempre associam tal interesse ao benefício da bolsa-auxílio, indicando-a como a principal razão para aquela candidatura. O que se disse acima é corroborado pela seguinte fala de um bolsista, no âmbito da discussão sobre a transformação do modelo de Programa de Extensão para PET, comentada em capítulo anterior: [...] *a nossa preocupação deveria ser exatamente se haveria uma mudança radical no perfil do projeto, se isso iria afetar o nosso trabalho. Mas não, a nossa preocupação era a bolsa*[...](GF-7).

Cabe dizer que, por ocasião da realização do grupo focal com doze bolsistas do Conexões, dez deles opinaram, de forma favorável, sobre a oportunidade de debater sobre certos assuntos relacionados ao Programa, manifestando o interesse em levar a discussão para a totalidade dos conexistas (trinta e seis), tendo como base o material do grupo focal. Entretanto, não chegaram a contatar, posteriormente, a moderadora da referida reunião para a obtenção da transcrição das falas gravadas. Configura-se, dessa maneira, uma situação que corrobora o que se disse acima, no plano da análise das auto-representações por exclusão, sem que isso expresse qualquer crítica a eles ou à coordenação do Conexões. Lembra-se que o objetivo do grupo focal não se relacionava a questões de gerenciamento do Programa.

No contexto da discussão de questões sociais e acadêmicas que envolvem os bolsistas e a UFMA, a inclusão é a principal categoria auto-representacional realizada nos discursos deles. As escolhas são predominantemente pela coletivização, de forma específica e determinada. O padrão dominante de inclusão é a condição socioeconômica, sendo esta o aspecto central das auto-representações negativas, já que os empurra para as condições de cotistas e bolsistas. Tais condições, por um lado, representam as vias de acesso à educação superior (pelas cotas) e à permanência na Universidade (pelos auxílios institucionais), e, por outro, simbolizam as dificuldades vivenciadas por eles no universo acadêmico.

Aquele estatuto social também os agrupa e os diferencia, disforicamente, no âmbito interno da Instituição, dos não bolsistas, ao mesmo tempo que cria identificação com as comunidades a quem assistem através das ações do Conexões.

No que tange as auto-representações em grupo, a única vez que os conexistas não se agregam pela classe socioeconômica é quando associam-se a todos os alunos e professores da UFMA, colocando-se no mesmo patamar destes, ou seja, como parte da comunidade acadêmica, beneficiária do pagamento dos impostos sociais e do prestígio da Instituição.

Quando individualizam-se é em situações de cunho estritamente pessoal, muitas vezes no terreno das questões que envolvem a permanência na Universidade, o que aponta uma forte identificação entre os membros do grupo, sustentada pelas semelhantes trajetórias e vivências individuais, familiares e acadêmicas.

A oscilação entre a passivação e a ativação permeia quase todas as auto-representações, seja como conexistas, alunos da UFMA ou cidadãos, coletivizados ou individualizados. Frequentemente, são passivados pela Universidade e pelo Conexões de Saberes, contudo, inversamente, o primeiro ator ativa-os quando significa a vitória conquistada por eles e, o segundo, pela oportunidade de levar conhecimento às zonas periféricas.

Aquela oscilação também está presente na representação que os bolsistas fazem da sociedade. Esta é ativa à medida que financia o estudo universitário deles. É passiva no momento em que eles a representam como o campo de atuação deles, como instrumentos da transformação social que são, em especial, através de ações que atendam às necessidades “daqueles que se parecem com eles”. Aqui faz-se uma adaptação de uma expressão que surgiu no discurso de um dos conexas ao se referir às pessoas moradoras das comunidades carentes.

Com uma significação positiva, os bolsistas distinguem-se das suas famílias, nas quais são os pioneiros no mundo universitário, e dos vizinhos do bairro de origem, para os quais são motivo de orgulho, em ambos os casos pelos viés da conquista de uma vaga na UFMA, o que lhes confere acesso ao conhecimento científico e adquire caráter diferenciador e de *status*. É por esse conhecimento que, apesar da identificação com as comunidades carentes, os bolsistas dela diferenciam-se, também de modo positivo.

Ainda no âmbito da diferenciação na dimensão eufórica, os bolsistas tomam emprestado o prestígio da UFMA como variável de distinção entre eles, como alunos dessa universidade federal, e “os outros”, estudantes de instituições privadas. Nesse contexto, o sentido de vitória manifestado nessa auto-representação traz à tona a história de vida deles e coroa a superação das dificuldades vividas para chegar à Universidade, sobrepondo-se aos obstáculos que eles ainda têm que superar para a conclusão do curso universitário, em uma perspectivação de um futuro melhor que o da família.

A análise realizada evidencia, principalmente, que, por um lado, os bolsistas incluem-se no discurso para denunciar a exclusão social e, por conseguinte, educacional, e, por outro, para demarcar a ruptura ou resistência àquela situação.

Dada a amplitude conceitual do termo inclusão social e a complexidade dessa problemática, cabem aqui alguns esclarecimentos. Para que se explique o conceito de inclusão que se adota nesta tese, precisa-se, antes, explicitar o conceito de exclusão social. Esta é aqui referida como a negação da cidadania, da garantia e da efetividade de direitos civis, políticos e sociais, ambientais e da equidade de gênero, raça, etnia e território (Faleiros, 2006). Segundo esse autor, a exclusão é um processo dialético e histórico, decorrente da exploração e da dominação, com vantagens para uns e desvantagens para outros, estruturante da vida das pessoas e coletividades.

Assim, a inclusão social circunscreve-se como afirmação desses princípios, referindo-se à dinâmica de inserção dos sujeitos nas esferas socialmente reconhecidas.

A exclusão da educação superior, na análise acima, está associada ao passado e à luta, embora os bolsistas também denunciem as dificuldades da permanência, que são excludentes e, como tal, exigem luta. A inclusão na educação superior, no presente, tem contornos de oportunidade única e remete à mudança de vida, em uma relação de força entre a inclusão e a exclusão social e educacional.

É nesse panorama que os conexistas representam a UFMA e o Conexões de Saberes, este último compreendendo o Programa em si e a coordenação dele.

7.1.2 As representações da UFMA e do Conexões de Saberes

No discurso dos bolsistas, a UFMA é um ator social, predominantemente, incluso, ativo e nomeado com mais frequência pela sigla e pela redução do nome da Instituição - Universidade -, o que está demonstrado em recortes ilustrativos anteriores. Entretanto, nas circunstâncias em que os bolsistas sentem-se alijados do universo acadêmico, representam-na por “eles”. Há, ainda, uma representação da Instituição, por exclusão por encobrimento, que aponta para o ator UFMA através de uma equiparação a uma classe social de elevado estatuto (elite) e expressa a concepção que permeia a origem do sistema universitário, como se viu em Santos (2008): [...] *estamos ocupando o espaço da elite!* [...] (GF-3).

Tal representação da Universidade coaduna-se com a auto-representação dos conexistas como “minoridade privilegiada”, o que termina por elitizá-los. Assim, eles circunscrevem essa escolha representacional para a UFMA (“espaço da elite”) no campo da mobilidade social, no qual também inscrevem aquela auto-representação, associando-as ao *status* e poder simbólico da Instituição, a exemplo do que já se comentou antes. Ou seja, sinalizam a passagem de uma situação de exclusão, no passado, para um patamar mais elevado, no presente, que vai proporcionar-lhes um futuro profissional promissor, uma vez que [...] *Estar na UFMA é um status!* [...] (GF-2) e que a Universidade [...] *tem um nome, que ela conquistou [...] do qual todos se enchem lá fora: Universidade Federal do Maranhão* [...] (GF-3) e [...] *Quando se vai procurar um emprego, a UFMA realmente tem peso* [...] (GF-9).

Aquela representação da Universidade está em consonância com o sentido de vitória que atravessa auto-representações já citadas, como [...] *eu sou privilegiada por estar na UFMA* [...] (GF-9), e com os ganhos a elas associados (adquirir conhecimentos científicos, conhecer pessoas e lugares, ter uma profissão no futuro), comentados no item anterior.

Essa representação (espaço da elite) e sentido (vitória) são moldados a partir dos contextos socioculturais comuns ao grupo - origem familiar, bairro de origem, etnia, políticas afirmativas - alguns deles manifestos claramente nessas falas: [...] *Eu sou a primeira na minha família que entra na Universidade. Isso na minha família, na minha rua, no meu bairro é um ganho tremendo!* [...] (GF-2); [...] *A Universidade abriu as portas para nós. No tempo da minha avó, da minha mãe, nem se pensava em faculdade. Acho que é porque não tinha essa abertura* (referindo-se às cotas sociais e raciais) [...] (GF-4).

Cabe dizer que das cinquenta e nove universidades federais, trinta e seis têm políticas de cotas raciais e/ou sociais (G1, 2012a), e lembrar que, hoje, no Brasil, 44% do contingente de alunos das instituições federais de ensino superior, conforme relatório do Perfil Socioeconômico (2011), pertence às classes C, D e E e 45% são oriundos de escolas públicas, sendo que, no Nordeste, esse percentual passa para 52%.

Nesse panorama acadêmico, 54% dos estudantes são de etnia branca e somente 8,7% são de etnia negra, tendo havido um aumento de 12,5%, naquela região, em 2010. Na UFMA, 13,8% são negros e 18,9% alunos egressos de escolas públicas. Há uma estimativa que aponta para a presença de seis mil alunos de origem popular nos cursos de graduação, que nela ingressaram pelo sistema de cotas raciais ou sociais.

Com base em falas e na análise já apresentadas, pode-se dizer que a UFMA é percebida, metaforicamente, nesse cenário, como uma “porta”, o que repercute nas auto-representações dos conexas – de excluídos da educação superior passaram, através daquela porta, a alunos da Universidade, configurando o início de um processo relacional entre eles e a Instituição e da referida mobilidade social.

Tal porta foi “aberta” por medidas de políticas afirmativas, deixando para trás a situação de exclusão. Porém, as dificuldades deslocaram-se, em um primeiro momento, do passado sem nenhuma chance, para o contexto do processo de inscrição à seleção para o ingresso na Universidade através do sistema de reserva de vagas, quando os candidatos deparam-se com um primeiro obstáculo a superar – a concorrência⁹² com os que tentam, indevidamente, usufruir do benefício das cotas, [...] *porque tem mesmo esses charlatões por aí* [...] (GF-11), ou seja, brancos que inscrevem-se para [...] *fazer a entrevista para a cota de negros!* [...] (GF-7). Convém destacar que o Maranhão detém 5,5% da população negra de todo o país, que é de 75,2%, sendo 68,6% pardos e 6,6% pretos autodeclarados (dados IBGE,

⁹² Os candidatos interessados em concorrer a uma vaga na UFMA, através do sistema de cotas raciais, que se auto-declararem negros ou pardos, podem, de acordo com o edital de ingresso aos cursos de graduação, passar por uma entrevista com uma comissão especial para essa finalidade específica.

2010).

Entrar na Universidade (ser aprovado e classificado nas provas) é o segundo obstáculo a ser vencido e o degrau inicial na mobilidade citada, já que representa mudança de estatuto social. O segundo degrau está simbolizado pela conclusão do curso, o que vai proporcionar ao bolsista uma provável maior empregabilidade no futuro e permitir [...] *ir além, trabalhar, ser reconhecida* [...] (GF-12); [...] *ter mais possibilidades sociais, novas oportunidades* [...] (Q-7).

A abertura das portas da Universidade para os alunos de origem popular, para os bolsistas, adquire o sentido de mudança de direção na trajetória de vida deles. Esse sentido tem origem no material simbólico elaborado e acumulado ao longo da vida de limitações econômicas, educacionais e culturais dos bolsistas e suas famílias.

No âmbito das oportunidades que decorrem daquela abertura, além do caso do acesso de um grupo de alunos da UFMA em um dado evento, já citado, um conexistente relata, euforicamente, a situação em que conheceu, em uma palestra patrocinada pela Universidade, um renomado documentarista brasileiro, que o convidou para trabalhar em um documentário dele. Seu relato ganha tom de surpresa e esperança: [...] *Eu, que sou de origem popular e jamais sonhei em conhecer um documentarista como ele, tão famoso, ainda mais fazer parte da equipe dele!* [...] (GF-3).

O terceiro obstáculo enfrentado pelos alunos de origem popular na mobilidade social, já como alunos da Instituição, remete à permanência na Universidade, sobre a qual os conexistentes elaboram discursos que expressam as restrições a que são submetidos no processo seletivo para receber os auxílios da assistência estudantil e no cotidiano acadêmico.

A centralidade daquelas restrições localiza-se, principalmente, no quantitativo de vagas para os programas de assistência estudantil e nos critérios adotados pela Instituição para “classificar” os mais pobres e beneficiá-los com os auxílios: [...] *A oferta de bolsa-alimentação pela UFMA é pequena para a demanda; muita gente precisa desse auxílio, mas na hora, fica de fora porque teve uma pessoa que é ainda mais pobre* [...] (GF-9); [...] *tu tens que ser miserável, porque eles perguntam “tu tens isso, tu tens aquilo?”. São as coisas básicas de que tu precisas para sobreviver, mas aquelas coisas eles ainda acham muito* [...] (GF-5); [...] *A gente tem que “banicar” ser mais pobre do que o outro* [...] (GF-10).

Lembra-se aqui, no âmbito da assistência estudantil, que, em todo o Brasil, cerca de 15% dos estudantes de instituições federais de ensino superior utilizam os programas de alimentação, nos restaurantes universitários, com predominância daqueles das classes C, D e E. Embora estes estudantes (43,7%) tenham prioridade nas ações da política de assistência

estudantil, eles ainda não são adequadamente atendidos em suas necessidades (Perfil Socioeconômico, 2011).

Observa-se que, no segundo recorte acima, a Universidade é representada genericamente pelos conexas pelo pronome “eles”, demarcando um distanciamento em relação à Instituição, em um processo inverso à situação já referida na qual eles “se enchem (de orgulho)” ao dizerem que são alunos da UFMA.

Naquele recorte, há, também, uma auto-representação, pela qual, de uma certa forma, os bolsistas voltam a diferenciar-se, agora dentre os mais pobres, já que fica implícito que, se conseguem o auxílio, é porque são miseráveis. O sentimento de “alforria”, de terem-se libertado da exclusão e do que ela representa, com a “abertura das portas”, dá lugar a um sentimento de cerceamento pela UFMA, o que também está manifesto nas seguintes falas:

[...]A UFMA negou minha entrada na residência universitária porque eu tenho um parente em São Luís! É um absurdo porque o parente não me aceita na casa dele. Eu tive que trancar meu curso de Filosofia e quase tranquei o curso de História porque eu não tinha onde dormir! Ela priva a gente[...] (GF-3).

[...]Tem que haver uma fiscalização mais forte (referindo-se à residência universitária) porque nem sempre aquele aluno que vem do interior está necessitando tanto quanto aquele da capital! [...] (GF-8).

Em seu discurso, os bolsistas deixam transparecer que a Universidade que abre as portas é a mesma que as fecha, ou seja, a metáfora da “porta” não contém somente a funcionalidade da abertura. Nesse sentido, na continuação do relato sobre a situação do convite do documentarista, o aluno, em um discurso ambíguo, ao mesmo tempo que enfatiza que isso aconteceu graças à UFMA (porta aberta), não esquece o caminho que o levou até ela, evidenciando, ainda, que a Universidade tanto lhe proporciona essa oportunidade quanto dificulta a sua vida acadêmica, pelas restrições (porta fechada) por que passa:

[...]Foi a UFMA que o trouxe. Eu me sinto privilegiada mesmo tendo passado tudo o que passei e ainda passo para estar em uma universidade. Ela me priva de algumas coisas, mas me abre um leque de possibilidades[...] (GF-3).

O passado (“tudo o que passei”) associado à origem popular, o presente (“ainda passo”, “ela me priva”) e o futuro (“fazer parte da equipe dele”, “um leque de possibilidades”) perpassam as representações da UFMA e são revelados no discurso de desabafo, denúncia e esperança que os bolsistas constroem.

Ainda no plano do processo de abertura/fechamento das “portas” da Universidade, um bolsista lembra que, quando a UFMA fala dos projetos que realiza [...] *faz toda uma*

introdução: “ no ano tal, tantos mil alunos entraram na Universidade”. E a vida desses alunos lá dentro, como é que fica? [...](GF-9). Parece querer dizer que os alunos são objeto de uma quantificação (representando os alunos por assimilação por agregação) que favorece somente a Instituição. Cabe lembrar que um dos indicadores de verificação do cumprimento das metas do Reuni é o número de alunos que ingressam na Instituição, porém, também, os números relativos à assistência estudantil.

O enfrentamento de dificuldades (porta fechada) está, ainda, nas questões cotidianas diretamente ligadas ao ensino: [...] *A Universidade abre as portas, principalmente, com a adoção do Enem, mas a questão da permanência... O professor deveria colocar na bibliografia livros que constam na biblioteca [...](GF-9); [...] é universidade pública, só que tem um custo muito alto: fotocópias, transporte, alimentação, livros [...](GF-11).*

Desse modo, as representações da UFMA pelos conexistas, em meio ao orgulho e satisfação de nela estarem e das preocupações que isso implica, são realizadas, frequente e simultaneamente, a exemplo das auto-representações, no terreno da relação entre a exclusão e a inclusão socioeducacional e dos obstáculos para a permanência na Universidade, estes como um tipo de exclusão. Nesse cenário, o Conexões representa uma dimensão inclusiva, como será abordado à frente.

As escolhas representacionais dos bolsistas para a Universidade são mediadas pela etnia e condição socioeconômica deles, em associação com a escolaridade dos pais que, por sua vez, refletem-se na baixa qualificação profissional destes e na renda familiar. Destas condições decorrem as limitações que os conduzem a uma luta constante no universo acadêmico. Aquelas escolhas expressam o contexto que os levou à condição de cotista e bolsista e retratam as motivações para o futuro.

Seus discursos são evidências da trajetória financeira deles e têm um tom de apelo, já que a renda familiar dos conexistas é, de, no máximo três salários mínimos, para manter uma família de quatro a seis pessoas, e às vezes de oito, eles não possuem nenhum vínculo empregatício e a única fonte de renda para a sua manutenção na Universidade é a bolsa que recebem do Conexões e eventuais outros auxílios da Instituição.

O sentimento de exclusão vivenciado pelos conexistas, embora estejam na academia, é sintetizado, na forma de constatação de uma realidade que eles têm que enfrentar, na fala de um deles, após uma discussão do grupo sobre questões em torno da permanência: [...] *A Universidade, na realidade, ela não nos quer aqui. A Universidade, ela não nos quer aqui [...](GF-7).* Os relatos que se seguem na discussão também têm um tom de denúncia, envoltos por um sentimento de rejeição, nos quais, subliminarmente, os conexistas conotam a

UFMA como um “filtro”, quando dizem que no primeiro ano do curso, as salas de aula são “gigantes”, com um grande número de alunos. Depois, [...] *as salas vão diminuindo, diminuindo, porque eles já preveem que os alunos vão desistir*[...](GF-8). Novamente, em um situação desfavorável, a UFMA torna-se “ela” ou “eles”, em uma demonstração de distanciamento entre a Instituição e eles.

Outro depoimento, no mesmo tom, corrobora o sentido de “filtro” conferido à Universidade, ao apontar que

[...]lá no curso, nós começamos com quarenta e seis alunos; hoje, só tem vinte e dois. Eles vão saindo mesmo, porque não é para a gente[...]a Universidade não foi feita para os alunos de origem popular. Não, foi pensando nos deles, não em nós. Se foi pensando somente nos deles, eu vou lutar pelo que é meu![...](GF-6).

As entrelinhas desses discursos levam à percepção de que os alunos, apesar de terem conseguido entrar na Universidade “deles” (elite), parecem sentir-se em permanente estado de alerta e luta, como se, a qualquer momento, pudessem ser “filtrados”, perder o seu lugar “aqui”, voltar à condição de excluídos.

No mesmo contexto, a UFMA, embora predominantemente incluída no discurso dos bolsistas, em determinados casos (o primeiro foi citado no início deste item), é representada por exclusão por encobrimento. Isso ocorre por meio de referências a atividades institucionais (planos de assistência estudantil) que deixam vestígios que apontam para o ator Universidade, já que é a ela que cabe a função referida: [...] *a questão é a permanência com qualidade. Daí a necessidade de desenvolver planos de assistência estudantil que garantam essa permanência*[...](GF-5).

Da mesma forma ocorre a exclusão da Universidade em um recorte já apresentado acima para ilustrar uma categoria de auto-representação dos bolsistas: [...] *não há preocupação com a qualidade do ensino, como esse jovem está se mantendo na Universidade*[...](GF-7). Em que pese não haver a indicação de quem seria a referida preocupação, em outros momentos discursivos os bolsistas explicitam ser de responsabilidade da Instituição a qualidade do ensino e do retorno que eles poderão oferecer à sociedade, o que a coloca naquele discurso.

Nos fragmentos seguintes, a Instituição também não está evidente no discurso dos conexas, mas não há dúvidas quanto a quem eles representam: [...] *as ações afirmativas, a adoção das cotas, eu acho isso um avanço*[...](GF-4); [...] *Deve-se primar pela qualidade da educação*[...](GF-12); [...] *É uma situação a ser revista* (referindo-se aos critérios de seleção

à assistência estudantil)[...](GF-11). Nesse contexto, a UFMA é o único ator legítimo para adotar as cotas, primar pela qualidade e rever critérios.

As exclusões referidas ocorrem sempre no sentido da responsabilização da Instituição pelo atendimento das necessidades dos bolsistas como alunos diferenciados pelo estatuto socioeconômico – a assistência estudantil, as cotas, a manutenção na academia, o que é congruente com o modo ativo com que, predominantemente, representam-na.

Pelo exposto acima, a Universidade representa a passagem dos bolsistas de um mundo (de privações) para outro (de possibilidades), dividindo a vida deles entre o antes e o depois da UFMA. Esta adquire, portanto, uma função mediadora. Contudo, embora a representação seja de abertura de portas (“a Universidade abriu as portas”) e esta conote inclusão, paradoxalmente, no percurso de um mundo para o outro, os bolsistas demonstram sentir as portas se fechando, o que os empurra de volta para a exclusão.

Nesse contexto, inserem o Conexões de Saberes [...] *como o único programa que atende, minimamente, às políticas afirmativas*[...](GF-5); [...] *que se preocupa com a permanência com qualidade do aluno de origem popular na UFMA*[...](Q-1); [...] *que atende um número mínimo de alunos*[...](GF-1). O Conexões é um ator nomeado e ativo, cujo padrão de representação é sempre a inclusão, sendo nomeado pela redução do nome do Programa ou pelo termo “projeto”.

Em geral, os bolsistas passivam-se em relação a esse Programa, em uma evidenciação da beneficiação, já que dele recebem uma bolsa-auxílio, pelo período máximo de dois anos. Viu-se que a principal motivação para os alunos de origem popular se candidatarem a uma vaga no Conexões é o pagamento dessa bolsa.

É tal bolsa que os sustenta financeiramente na Instituição, pelo menos durante aquele período, e que os faz atribuir ao Programa o sentido de garantia de permanência na Universidade: [...] *Depois que entrei no Conexões minha vida financeira tem me permitido desfrutar melhor da vida acadêmica*[...](Q-5).

A bolsa proporcionada pelo Programa é a materialização mais significativa da permanência, com impactos no presente imediato (frequentar o curso, usufruir da vida acadêmica), mas, também naquele futuro melhor sobre o qual já se falou, após a conclusão do curso.

Dado o significado que a bolsa tem para eles, os conexistas externam a preocupação com o momento em que não tiverem mais esse apoio, já que o período que podem ficar no Programa é inferior ao tempo de integralização dos cursos que frequentam:

[...]os bolsistas que saírem do Conexões ao completarem os dois anos permitidos ainda precisarão de auxílio financeiro, uma vez que ainda não concluíram o curso[...] (Q-2).

A condição de bolsista do Conexões representa a tensão entre a exclusão e a concretização da inclusão, representada pelos meios que viabilizam a permanência (em especial a bolsa). É como se ser bolsista representasse um nível intermediário entre aqueles dois patamares da mobilidade social – o tornar-se universitário, obstáculo já ultrapassado, e o tornar-se um profissional egresso daquela Instituição de elevado estatuto, o que amplia as possibilidades de emprego, mas em cujo caminho ainda há obstáculos a vencer.

O apoio para a permanência também concretiza-se por meio das condições estruturais que o Conexões oferece. Tendo-se em conta que dentre o grupo dos doze bolsistas, somente sete possuem computador em casa, dos quais seis com acesso à internet, e um dispõe de computador portátil, para uso da família, e considerando-se que eles não têm acesso à web pelo telemóvel, é na sala do Programa que eles usam o computador para realizar as atividades acadêmicas, pesquisar na internet e acessar as redes sociais.

Para efeito de contextualização, é oportuno dizer que, no que se refere ao panorama de acesso à internet no Brasil, somente 13,3% dos negros a usam (menos da metade dos brancos - 28,3%), sendo os índices de acesso na Região Nordeste de apenas 11,9% daqueles. O Maranhão, como mostrado no item 5.1.1, detém um dos três piores índices de acesso à internet em todo o Brasil (IBGE, 2008).

Dessa forma, os bolsistas reconhecem que o Conexões [...]é um suporte não só na questão financeira, mas lá (na sala do Programa) nós podemos fazer nossas pesquisas, porque a chave fica disponível vinte e quatro horas[...] (GF-3). Além disso, [...]há uma preocupação com nossas atividades acadêmicas e não somente com nossa vida no projeto[...] (Q-8). Nota-se que o suporte recebido ultrapassa o nível material e avança para o pedagógico, simbolizado nas pessoas que compõem o Programa - coordenadores e colegas conexas - a quem os bolsistas buscam quando enfrentam dificuldades acadêmicas:

[...]Lá no meu curso, tem um ditado que diz que tudo começa no quarto período; porque, se o aluno abandonar o curso até o quarto período, do quarto para lá ele consegue. O Conexões tem me ajudado? Tem. Já recorri a tanta gente do Conexões para fazer trabalho! [...] (GF-6).

Os bolsistas referem-se, ainda, ao apoio que recebem da coordenação em termos psicológicos e que [...]há um trabalho com os bolsistas em todos os sentidos[...] (GF-10). O Conexões, dentro do entendimento do Programa como garantia de permanência na

Universidade, é, dessa maneira, revestido do sentido de suporte para a vida acadêmica, uma espécie de porto seguro para prosseguirem no curso.

Para além das dimensões representativas da garantia referida (apoios) no que tange o período de realização do curso universitário (o tempo presente), as escolhas dos bolsistas para representar o Conexões expressam as repercussões da permanência na Universidade, com qualidade, no futuro deles, o que dá ao Programa contornos de um passaporte para o futuro: [...] *mesmo aqueles que já saíram do projeto continuaram suas pesquisas, as quais tiveram origem no Conexões, e se destacam por onde passam*[...](Q-2); [...] *o Conexões garante aos alunos uma formação de qualidade, o que já permitiu a muito ex-conexistas entrarem no mestrado tão logo terminem a graduação*[...](Q-1).

Embora o Conexões seja uma referência de passivação dos bolsistas, o que está expresso neste termo e em outros que os representam (conexistas, cotistas), há uma situação em que eles são ativados em relação ao Programa, que vem ao encontro das auto-representações e das representações da UFMA realizadas no plano do compromisso com a sociedade ou com as comunidades carentes. É quando eles representam o Conexões como uma oportunidade de ação social, [...] *de levar conhecimento acadêmico às zonas periféricas*[...](Q-7). Nesse caso, eles são os veículos do conhecimento científico.

Trata-se de uma representação que converge para a segunda motivação que os levou à candidatura ao Programa - participar de projetos de cunho sociocomunitário-, a partir de formações que recebem, pois o Conexões

[...] *é bastante comprometido com os bolsistas e investe na qualificação destes com oficinas de direitos humanos, onde podemos aprender a ser profissionais éticos, políticos e, acima de tudo, cidadãos responsáveis com a sociedade e com a transformação desta*[...](Q-12).

O referido compromisso com a sociedade confere ao Conexões e, por conseguinte, aos conexistas, uma conotação que os valoriza e eleva a importância deles no contexto acadêmico e social, já que [...] *o pouco que fizemos hoje vai fazer uma grande diferença futuramente*[...](Q-4), através das [...] *intervenções nas comunidades esquecidas pela sociedade*[...](Q-9).

No cenário delineado acima, o Conexões é o elo entre a Universidade e as “comunidades esquecidas”, ao promover uma interação entre o saber acadêmico e o saber popular. Nesse processo interativo, os conexistas deixam de ser os “salientes” que ocupam o “espaço da elite”, os “inexistentes” na comunidade acadêmica (pela invisibilidade do Programa), para constituírem-se instrumentos do exercício da função social da Universidade, protagonistas da transformação social pelo conhecimento científico. Dada a sua origem e o

papel que desempenham, os bolsistas representam os dois mundos distintos que o Conexões quer interligar, expresso no próprio nome do Programa: “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares”.

Ao representarem o Conexões no contexto do atendimento às necessidades das comunidades carentes, considerando-se a identificação deles com estas, os conexas realçam as mediações ligadas à origem e trajetórias de vida deles. O compromisso social que permeia aquela representação remete, ainda, às mediações dos contextos acadêmicos, na linha do que se desenvolverá abaixo.

Como elo entre o saber científico e o popular e à medida que prepara os bolsistas para atuarem junto às comunidades, através de formações específicas, o Conexões é representado de modo ativo. O recorte a seguir configura tais formações como fontes de mediações que moldam a interpretação que os bolsistas fazem de si mesmos, da UFMA e do Programa, no âmbito do compromisso social da Instituição e deles como cidadãos:

[...]Depois dos cursos, formações e orientações do coordenadores e palestrantes e que entramos em contato com as comunidades, surge em nós o sentimento de compromisso com a sociedade[...] (Q-4).

Os conexas revelam, ainda, outras mediações da UFMA, originadas nas atividades de extensão e pesquisa junto às comunidades carentes atendidas pelo Conexões, cuja orientação é lançar sementes de emancipação e autonomia em tais comunidades. Os bolsistas associam as atividades de extensão – portanto, as atividades que realizam como conexas – à função social da UFMA, da mesma forma que, ao representar a Instituição através de seu papel social, a imbricam com a extensão universitária, como se viu em outro momento desta análise. Por esse prisma, passam a ser ativos nessa dinâmica.

Embora evidenciem o compromisso com o retorno à sociedade, a relação que os bolsistas estabelecem com as comunidades não é somente de “levar conhecimento”, mas, também, de “aprender, a cada dia, com o outro”, em uma demonstração de assimilação do conceito contido no nome do Programa.

O sentido de troca de conhecimentos e vivências é experimentado, ainda, na dimensão interna do Programa, já que este é composto de estudantes de vários cursos da UFMA, e que, além de [...] *manter o diálogo entre a Universidade e a comunidade, também o mantém entre um aluno de medicina e um de teatro. Não é maravilhoso!?* [...] (Q-11).

No contexto do Conexões, a coordenação deste é representada, em geral, de forma coletivizada e determinada, por aquele termo ou pela referência aos coordenadores (são três) de forma individual. Porém, em dadas situações, os bolsistas recorrem à representação do

Programa por indeterminação, através de pronomes indefinidos (alguns, um, todos), circunscrevendo-a no terreno dos relacionamentos pessoais. Apesar da indeterminação, deixam vestígios que determinam e individualizam os coordenadores, personalizando-os, de uma certa forma, já que o grupo sabe de quem se trata: [...] *Eu tenho uma aproximação muito forte com alguns membros da coordenação, nem com todos* [...] (GF-3); [...] *Em relação aos coordenadores, realmente, só um tem mais intimidade com a gente* [...] (GF-1); [...] *Eu tenho uma ligação, não com toda a coordenação, mas com essa ponte que eu criei, que tem contribuído comigo* [...] (GF-8). Neste último recorte, o bolsista usa a impersonalização (“ponte”) para representar um coordenador.

Na representação da coordenação, observam-se exclusões as quais, entretanto, dado o contexto, indicam que a ação é daquele ator. Tais exclusões ocorrem, nos recortes ilustrativos a seguir, pelos substantivos “abertura” (por parte de quem?), “verticalização” (quem verticaliza?), “projeto elaborado” (quem elaborou?) e “imposição” (quem impõe?): [...] *é preciso que se tenha uma abertura para os bolsistas*. [...] *toda essa verticalização inibe e a maioria fica calada* [...] (GF-10); [...] *Infelizmente, no Conexões, por ele ser um projeto elaborado para execução nacional, é complicado da gente participar do planejamento* [...] (GF-2); [...] *Essa imposição acaba intimidando os bolsistas a ter uma fala, a ter alguma opinião* [...] (GF-1).

A explicação para escolhas representacionais excludentes para a coordenação pode estar no cuidado de cada um em não expor suas percepções e sentimentos, de não se envolver em constrangimentos e na questão da hierarquia apontada pelos bolsistas: [...] *Nós, obviamente, temos uma hierarquia - bolsistas e coordenadores -, isso é inegável. E as relações hierárquicas, queira ou não queira, são sempre desconfortáveis* [...] (GF-10). Tais escolhas localizam-se no mesmo contexto das auto-representações por exclusão que se viu, ou seja, da preservação de identidades e de evitar constrangimentos ou problemas.

Em outros momentos, os alunos representam a coordenação do Conexões como [...] *um canal entre os bolsistas e a UFMA* [...] (Q-1), o que revela mais uma representação no âmbito dos interesses deles, já que é aquela que medeia o funcionamento do Conexões, em termos de estrutura e recursos humanos, materiais e financeiros.

Ao representarem o Conexões e a coordenação deste, os conexistas estão, de um certo modo, representando a Universidade, ou seja, os atores representativos dela. As escolhas representacionais que eles fazem para os atores do cenário da UFMA e para ela própria, estão, com frequência, associados a termos que conotam “passagem”, ou seja, contêm o sentido de

mediação – porta, ponte, elo, canal – o que a torna uma instituição mediadora e implica um processo relacional.

As escolhas que os conexas realizam para, em seus discursos, auto-representarem-se e representarem os atores sociais no contexto em foco refletem as mediações, como material simbólico próprio de cada sujeito, que constituem-se nas interações daqueles nos diversos contextos nos quais transitam e moldam os sentidos que eles conferem aos atores. Os discursos dos bolsistas reproduzem, portanto, as identidades, as posições de sujeito, as relações sociais, as experiências e as emoções deles. Estas também tornam-se visíveis nas representações que realizam dos relacionamentos com aqueles atores da UFMA, revelando, ainda, os sentidos que atribuem aos atores e ao processo relacional, como será abordado abaixo.

7.2 Os relacionamentos entre a UFMA e os bolsistas: repercussões das mediações e das representações dos atores sociais

No âmbito desta tese, falar em relacionamentos institucionais implica a interação entre os bolsistas, como uma amostra dos alunos de origem popular/cotistas da UFMA, e os atores representativos desta, que falam pela Instituição e com os quais os conexas interagem institucionalmente. A análise que se faz neste item prioriza o plano macro dos relacionamentos, não questionando as especificidades das relações particulares entre os bolsistas, nem entre eles e a coordenação no plano individual. Reconhecem-se, porém, tais relações e especificidades, citando-os aqui como parte da rede de relacionamentos em questão, no contexto desta rede.

No enquadramento teórico realizado, com base em Grunig e França, viu-se que o conceito de público e de relacionamento, no campo das relações públicas, sustenta-se na mutualidade de interesses, da qual nascem vínculos entre uma organização e determinados grupos de pessoas, e nos impactos recíprocos, o que implica dizer que as ações e decisões de um geram efeitos no outro. O ponto de partida para o planejamento dos relacionamentos é a identificação e o conhecimento dos públicos da organização em questão, que envolve os interesses, os objetivos e as expectativas das partes envolvidas, os quais configuram o processo relacional. Têm-se em conta, nessa dinâmica, as contingências do universo social e organizacional, o que conduz, do ponto de vista que aqui se defende, à investigação dos contextos onde constituem-se tais públicos.

Os bolsistas do Conexões de Saberes são um público da UFMA desde que beneficiaram-se do sistema de reserva de vagas para negros e oriundos de escolas públicas para ingressar na Universidade e à medida que os interesses comuns entre eles e a Instituição centram-se na formação universitária gratuita e de qualidade.

Esse público está caracterizado no quadro de referências desenhado a partir dos contextos das mediações do grupo investigado, demonstrando-se, dessa forma, a aplicabilidade das mediações como recurso teórico-metodológico nas pesquisas no terreno das relações públicas, com base nos conceitos de mediação de Martín Serrano, Martín-Barbero e Orozco. Também contribuiu para tal caracterização a análise das auto-representações nos discursos dos bolsistas e das representações que estes fazem dos atores representativos da UFMA, à luz da teoria da representação dos atores sociais de van Leeuwen e dos referidos contextos das mediações.

A Universidade, em termos institucionais, objetiva desenvolver o tripé ensino, extensão e pesquisa. Nesse cenário, a Instituição tem metas a cumprir, no âmbito do Reuni, programa do governo brasileiro para reestruturar as universidades federais, comentado no capítulo cinco, no que tange a democratização do acesso à educação superior, em uma relação direta com o recebimento de verbas do Governo Federal. As metas a cumprir também inscrevem-se no campo dos propósitos de inclusão social expressos pela UFMA ao adotar o *slogan* “A Universidade que cresce com inovação e inclusão social”.

As expectativas da UFMA, no que se refere especificamente aos bolsistas do Conexões, estão em torno da conclusão do curso e de bons resultados futuros, ou seja, que eles façam uma pós-graduação, insiram-se no mercado de trabalho e [...] *sejam um agente de mudanças na sua comunidade, que possam mudar outras realidades com a sua formação, retornar tudo que receberam na Universidade*[...](E-6⁹³); [...] *que tenham a possibilidade, como estudantes com uma história de exclusão, de ter uma emancipação social, através da educação*[...](E-5⁹⁴).

Quanto aos conexas, estes, de maneira geral, esperam da Universidade um ensino de qualidade, além de crescimento intelectual, científico e político. Entretanto, demonstram ter expectativas mais específicas, decorrentes dos contextos onde se constituem, relacionadas a [...] *condições para inclusão e permanência do aluno de origem popular na Universidade*[...](Q-4); [...] *ampliação das vagas para alunos de origem popular e*

⁹³ Coordenadora executiva do Conexões de Saberes.

⁹⁴ Coordenadora geral do Conexões de Saberes.

comprometimento com a permanência com qualidade[...](Q-9); [...]assistência para a conclusão da graduação e da pós-graduação[...](Q-2).

É nesse cenário que originam-se e estruturam-se os relacionamentos entre a UFMA e os bolsistas, permeados por expectativas e objetivos próprios dos envolvidos, mas com interesses em comum. Sobre aqueles relacionamentos repercutem as auto-representações e as representações que os bolsistas realizam dos atores representativos da Instituição em seus discursos, circunscritas, predominantemente, na esfera das suas necessidades, mediadas pelas trajetórias deles e permeadas de sentidos destas decorrentes. Estes sentidos projetam-se em todas as circunstâncias e processos interativos com a Universidade, na percepção sobre os relacionamentos com ela, dela própria e deles mesmos nesse processo, no que constitui relacionar-se com ela, na forma como ocorrem ou deveriam ocorrer e nas expectativas que tais relacionamentos geram. Nesse processo, os bolsistas revelam a perspectiva mediada e mediadora dos relacionamentos.

Os bolsistas, frequentemente, auto-representam-se passivamente e representam a UFMA e o Conexões de forma ativa, o que implica a beneficiação deles pelo acesso à educação superior e à assistência estudantil, com desdobramentos não somente na vida acadêmica como na profissional futura. Contudo, também auto-representam-se de modo ativo, principalmente, no terreno das lutas pela permanência e do compromisso com a sociedade, reflexo dos percursos de vida deles.

Os vestígios de como os conexistas percebem-se na interação com a Universidade foram observados no início do debate, no grupo focal, sobre os relacionamentos com a UFMA, quando referiram-se à pouca visibilidade do Conexões, por conseguinte, deles mesmos, na comunidade acadêmica, na qual inscrevem uma de suas auto-representações, como se viu. Contudo, não responsabilizam somente a Instituição por tal situação:

[...]Nós somos praticamente um grupo inexistente para os outros estudantes da UFMA, que não são bolsistas do Conexões[...]. De fato, se nós somos um grupo desconhecido no âmbito da Universidade, nós temos a nossa parcela de culpa, assim como tem uma parcela de culpa a coordenação, que não promove essa interação[...](GF-7).

O recorte a seguir reitera a auto-percepção dos bolsistas no terreno da invisibilidade: [...]Muitas vezes, a UFMA só nos nota durante nossos seminários[...](Q-8).

Ao colocarem-se à margem da comunidade acadêmica, reduzem-se e, de uma certa forma, demonstram não se sentirem atores do processo relacional com a UFMA, ou seja, revelam uma sensação de exclusão (de negação da presença deles na Universidade), associando tal redução ou exclusão à pouca visibilidade do próprio Conexões. A visibilidade

revela-se uma categoria de mediação que significa a sociabilidade e as experiências dos bolsistas, uma repercussão da era da hiperconexão na qual eles vivem (Recuero, 2011) e dos valores dela decorrentes.

Em que pese a condição de aluno da Instituição naturalmente criar vínculos entre eles e gerar algum tipo de relacionamento, o estatuto socioeconômico expresso na categoria “bolsistas” cria diferenças entre eles e os demais alunos (não bolsistas/cotistas). O estatuto socioeconômico envolve etnia, origem social e geográfica, bairro onde moram, escolas de origem, ser aluno “cotista”, trajetória educacional e profissional dos pais e renda familiar. Tal estatuto distingue a configuração dos relacionamentos da UFMA com os “pobres salientes que ocupam o espaço da elite”, localizando-os no terreno da assistência estudantil, como será observado abaixo.

Por esse prisma, pode-se confirmar outra hipótese de trabalho desta tese, segundo a qual, na construção dos relacionamentos da UFMA com os bolsistas, não têm sido consideradas as especificidades inerentes a esse público de alunos. A diversidade étnica e socioeconômica surgiu na Universidade a partir da adoção, em 2007, do sistema de reserva de vagas para negros e oriundos de escolas públicas na seleção de ingresso à Instituição, baseado no Projeto de Lei nº 73, de 1999, transformado em Lei em 2012.

A configuração dos relacionamentos institucionais - insatisfatória e excludente -, baseada no estatuto socioeconômico dos bolsistas, coloca os bolsistas em um estado de luta permanente para manter-se na Universidade (o próprio Conexões representa essa luta), interpretação que emerge de falas já citadas: [...] *A Universidade, na realidade, ela não nos quer aqui. A Universidade, ela não nos quer aqui*[...](GF-7); [...] *a gente tem que matar dez leões por dia aqui, tem que se virar*[...](GF-7); [...] *a questão é a permanência com qualidade. Daí a necessidade de desenvolver planos de assistência estudantil que garantam essa permanência*[...](GF-5).

Nesse caso, a exclusão do processo relacional não resulta do comportamento omissivo deles como na situação referida acima, ou seja, é a UFMA que os exclui (“não promove essa interação”), o que aponta para um contexto de conflitos de interesses entre os bolsistas e a Instituição.

Os conflitos, contrapostos aos já referidos ganhos apontados pelos bolsistas por estarem na UFMA, localizam-se na esfera da segunda funcionalidade da “porta” que a Universidade representa (fechada). Os conflitos são reflexo da dimensão excludente dos relacionamentos em foco e, também, subjacem os seguintes recortes:[...] *nós temos que lutar pelas coisas e direitos*[...](GF-4);

[...]A UFMA não garante, ela não garante a permanência com qualidade do universitário de origem popular[...]. Vocês sabem o quanto é difícil o relacionamento com o Núcleo de Assistência Estudantil. O meu ponto sempre é a Assistência Estudantil porque eu acho que é onde essa Universidade mais peca. É onde ela mais peca, é na Assistência Estudantil[...](GF-10).

Esse “desabafo” vem ao encontro do cenário acadêmico nacional no que se refere à assistência estudantil. Segundo o relatório da pesquisa sobre o Perfil Socioeconômico e Cultural dos Estudantes de Graduação das Universidades Federais Brasileiras (FONAPRACE, 2011), embora os estudantes das classes C, D e E (44% do total de alunos) tenham prioridade nas ações da política de assistência estudantil, ainda não são adequadamente atendidos em suas necessidades.

A centralidade da exclusão e dos conflitos, nesse contexto, está nos obstáculos que os conexas enfrentam no cotidiano acadêmico: o reduzido quantitativo de vagas para os auxílios da assistência estudantil, os critérios de seleção para tais auxílios, os altos custos dos serviços que eles têm que pagar para realizar as atividades acadêmicas (fotocópias e livros, por exemplo), a sensação de estarem sendo “filtrados” quando a UFMA reduz o tamanho das salas de aula. Os relacionamentos adquirem, assim, contornos conflituosos, em um movimento de distanciamento entre os envolvidos.

A exclusão do processo relacional é observada, ainda, quando os bolsistas referem-se a questões internas que envolvem hierarquia, perante a qual não se mobilizam entre eles para promover mudanças no âmbito do Conexões: [...] *Nós, obviamente, temos uma hierarquia - bolsistas e coordenadores-, isso é inegável. E as relações hierárquicas, queira ou não queira, são sempre desconfortáveis*[...](GF-6); [...] *o relacionamento entre a coordenação e os bolsistas, acho que é meio tradicional, eles mandam e a gente obedece*[...](GF-2). Embora tal exclusão esteja localizada no plano interno do Programa, soma-se à forma reduzida como eles se percebem no contexto acadêmico.

É o que se nota, também, quando os bolsistas representam a coordenação do Conexões pela categoria da exclusão, como demonstrado no item anterior: [...] *é preciso que se tenha uma abertura para os bolsistas [...] toda essa verticalização inibe e a maioria fica calada*[...](GF-10); [...] *Essa imposição acaba intimidando os bolsistas a ter uma fala, a ter alguma opinião*[...](GF-1). Nessas falas, os conexas também representam a dimensão excludente dos relacionamentos institucionais - entre eles e a coordenação -, e o fazem na perspectiva do relacionamento como um processo controlador, mediador da realidade.

A percepção do processo relacional pelo viés excludente associa-se às representações da UFMA que conotam um afastamento entre a Instituição e os bolsistas, quando estes a nomeiam por “eles”, e ao contexto da universidade “feita pensando nos deles e não em nós”.

Novamente, os conexistas não se veem como atores do processo relacional com a Universidade, quando deixam de auto-representarem-se como alunos da Instituição e comportam-se como espectadores, como se não houvesse vínculos entre eles, nas situações em que conferem a responsabilidade da qualidade do ensino exclusivamente à Instituição. Nesses casos, contrapõem-se aos momentos em que identificam-se como a própria Universidade e nos quais assumem o *status* que essa conquistou (o que os inclui na comunidade acadêmica e no processo relacional). Naquela circunstância, a exclusão decorre de posturas dos próprios conexistas, calcadas por suas origens e expectativas.

Entretanto, os bolsistas também adotam escolhas representacionais que exprimem uma percepção do processo relacional pelo prisma inclusivo (de afirmação da presença deles). A inclusão nesse processo é latente nos momentos discursivos comentados abaixo, os quais, apesar de inclusivos, ora aproximam os conexistas da Instituição, ora os afastam dela, configurando uma proximidade com a exclusão. Assim, ora há equilíbrio, ora conflito de interesses naquele processo.

Quando os conexistas auto-representam-se, passivamente, como alunos da Universidade, seja pelo viés da condição de cotista ou bolsista que os diferencia dos demais estudantes pela vulnerabilidade socioeconômica que tais condições contêm, ou seja pela perspectiva do direito de ter acesso ao conhecimento científico, o que os iguala àqueles e lhes confere *status*, revelam-se beneficiados pelo “estar na UFMA” e por receber uma formação. Ou seja, os bolsistas incluem-se na comunidade acadêmica, o que implica vínculos e interações institucionais de diversas ordens. Em uma outra forma de dizer, representam-se como atores do processo relacional institucional. Isso também ocorre ao retratarem-se, ativamente, como veículos do conhecimento científico na transformação das comunidades carentes, no exercício dos deveres que têm como beneficiários do pagamento dos impostos pela sociedade que os mantém na Universidade.

Em auto-representações passivas ou ativas, os bolsistas associam as interações institucionais ao cumprimento do papel social da Universidade, no que diz respeito a eles próprios (receber conhecimento) e àquelas comunidades (levar conhecimento a elas). Refletem os contextos que os identificam com essas e as mediações acadêmicas que os influenciam. Tais relacionamentos os legitimam como membros da comunidade acadêmica e

são configurados no plano dos direitos e deveres, como cidadãos e alunos da Universidade. Ou seja, decorrem de direitos deles e geram deveres a eles.

Nesse contexto inclusivo, o Conexões aparece como o símbolo do processo relacional entre a Universidade e os bolsistas: [...] *O Conexões de Saberes promove o relacionamento da UFMA com os alunos de origem popular* [...] (GF-10); [...] *a interação entre os bolsistas e a UFMA somente ocorre através do projeto Conexões de Saberes* [...] (Q-4). Trata-se de um relacionamento que se inicia [...] *a partir do momento em que a UFMA disponibiliza a infra-estrutura necessária para o desenvolvimento das atividades do Conexões* [...] (GF-1). Os bolsistas expressam, desse modo, que significam o relacionamento deles com a Universidade no terreno do atendimento aos interesses deles e representam o Programa como o canal através do qual interagem com a Instituição naquela direção. Isso vem ao encontro da interpretação que se fez da representação do Conexões no discurso deles (garantia de permanência, porto seguro).

Assim, os conexistas atribuem ao conceito de relacionamento institucional o sentido de assistência estudantil que possibilita (ou deveria possibilitar) a vida acadêmica deles, em uma evidenciação dos contextos de vida (limitados e limitadores) próprios. Os bolsistas carregam em si marcas das desigualdades sociais e educacionais, muitas vezes, no Brasil, vinculadas à etnia e origem geográfica, que mantêm-se geração após geração, sugeridas pelo próprio mecanismo das cotas. Seus pais são pouco escolarizados e mal qualificados profissionalmente, o que resulta em baixos salários e repercute na vida acadêmica deles.

Tal sentido funda-se, ainda, no deficitário panorama social, econômico e educacional do Estado brasileiro onde nasceram e vivem, no qual 20,6% da população está abaixo da linha de pobreza, com uma renda mensal inferior a R\$ 70,00⁹⁵ (IBGE, 2010). Lembra-se, ainda, que na região Nordeste, que abriga o Maranhão, 50% dos alunos universitários de instituições públicas de ensino superior têm renda familiar de até três salários mínimos. Em todo o Brasil, o impedimento financeiro é motivo para trancamento do curso para 15% dos alunos, sendo o maior índice nas classes C, D e E (FONAPRACE, 2011).

No âmbito da assistência estudantil, os relacionamentos institucionais são percebidos, por um lado, em uma concepção de processo equilibrado, à medida que atendem aos interesses dos bolsistas. Por outro lado, são conflituosos, simbolizados pelos obstáculos que enfrentam no percurso acadêmico, em uma situação *double bind*. De uma forma ou de

⁹⁵ O que equivale a cerca de 28,00 três euros.

outra, representam a ruptura da situação de exclusão histórica das classes populares (de negação de um direito). A percepção dos relacionamentos institucionais circunscreve-se, assim, na representação da UFMA como instituição mediadora entre o mundo de privações do passado e o de possibilidades no futuro.

No que tange a assistência estudantil, a UFMA oferece aos alunos de origem popular, sob seleção, bolsas de trabalho, bolsas de estudo de língua estrangeira, auxílio-alimentação, auxílio à participação em eventos, residência estudantil, atendimento psicológico e assistência médica e odontológica. Segundo o relatório de gestão da Instituição (UFMA, 2011), dentro das medidas adotadas, houve, nesse campo, em 2011, um aumento de 20% na oferta daqueles auxílios, para atender aos propósitos expressos no conceito de inclusão social pelo qual a UFMA se enuncia e às metas do Reuni.

Diante da significação atribuída à UFMA, ao Conexões e aos relacionamentos, os conexas foram indagados se, para além do recebimento da bolsa do Conexões e de outros auxílios financeiros, sentiam-se contemplados pela Universidade em outros interesses. Em resposta, enfatizaram ganhos intangíveis: o acesso ao conhecimento científico, a oportunidade de conhecer pessoas e lugares novos, a esperança de um futuro melhor, exprimindo o valor da UFMA no presente e no futuro deles: [...] *São-nos dadas oportunidades a partir do momento em que nós entramos na Universidade. Primeiro, vem o conhecimento, a possibilidade de ter uma profissão; segundo, as oportunidades depois de formados* [...] (GF-9); [...] *Vejo a Universidade como um processo de ganhos contínuos, que também virão a longo prazo. [...] é como uma semente que a gente está plantando e depois vai colher frutos* [...] (GF-2).

Ou seja, o momento de entrada na Universidade demarca o início de um processo relacional do qual decorrem vínculos e aqueles ganhos. Tal processo traz em si a perspectiva da viabilização de uma mudança de vida para os conexas, em consonância com a percepção mediadora da UFMA e do Conexões como canal de relacionamento com a Instituição e como passaporte para um futuro melhor, ainda que tenham que enfrentar obstáculos no presente.

Os conexas ratificam o conceito de relacionamento sob o prisma da assistência estudantil, em uma dimensão que a amplia para além deles, quando o tema em discussão é o que manteriam no processo relacional com a Instituição: [...] *os projetos direcionados para os alunos de origem popular, com ampliação de vagas de acordo com a quantidade de alunos que entra e que suprissem as necessidades dos estudantes* [...] (GF-9) já que, na atualidade, [...] *a gente tem que ser miserável para conseguir alguma coisa* [...] (GF-4).

Se a entrada dos alunos na Universidade constroi vínculos, são os relacionamentos que nela ocorrem e que envolvem compromissos sociais e financeiros da Instituição,

assistência estudantil e atividades acadêmicas no campo do ensino, extensão e pesquisa e interesses mútuos, que consolidam aqueles vínculos. Também são os relacionamentos que medeiam o atendimento aos interesses em questão e promovem a interlocução com a UFMA, implicando, portanto, processos de comunicação.

São tais processos relacionais que proporcionam a ampliação da inserção igualitária dos bolsistas no meio social, ou seja, a mobilidade social na qual eles inscrevem as representações da UFMA, simbolizada pela perspectivação do emprego condizente com a formação que eles, uma “minoridade privilegiada”, receberam. Aquela mobilidade carrega em si o *status* da Universidade. À medida que tais relacionamentos desenham-se no terreno do atendimento às demandas e expectativas dos conexas adquirem a conotação de uma relação que equilibra interesses, em uma dimensão inclusiva e que aproxima os envolvidos.

Nos percursos de vida trilhados pelos bolsistas, eles interagem com pessoas, instituições e culturas, processos nos quais circulam visões de mundo, experiências e emoções. São processos que intervêm na construção da realidade e influenciam a produção e a renovação dos sentidos e os modos deles se comunicarem, logo, de se relacionarem. Daí conclui-se que os relacionamentos de que se trata são mediados e não são processos localizados em um único contexto, no caso, o acadêmico, já que os processos relacionais repercutem uns nos outros.

Assim, embora o foco desta análise seja a interação entre os bolsistas e a UFMA no nível macro da Instituição, a seguir, comenta-se, brevemente, a rede de relacionamentos daqueles no território das atividades do Conexões. Da mesma maneira que sofre impactos de outras interações nos contextos sociais, culturais e familiares nos quais os bolsistas inserem-se e compartilham material simbólico, no processo de interação com a Universidade também repercutem os relacionamentos que ocorrem naquele território.

Observou-se no discurso dos conexas que nos relacionamentos entre eles há um clima de cooperação e apoio mútuo, apesar de reclamarem da pouca aproximação entre eles fora das atividades do Conexões e da falta de mobilização do grupo frente a situações de insatisfação. Os bolsistas expressam aqueles relacionamentos como uma relação de troca de saberes, já que os alunos frequentam cursos de graduação de diferentes áreas.

Os relacionamentos com a coordenação do Programa são construídos no plano do apoio pedagógico e psicológico, em termos institucionais, permeados pela questão da hierarquia, e, em certos casos, no terreno da amizade pessoal com os coordenadores, como retratado nas representações que se viu.

No que se refere aos relacionamentos com as comunidades assistidas pelo Programa, os bolsistas delineam-nos no campo da conexão de saberes acadêmicos e populares, em cumprimento ao retorno dos investimentos neles feitos através do pagamento dos impostos pela sociedade, que sustentam a Universidade.

Nos múltiplos contextos de interação, os bolsistas constituem-se e as mediações manifestam-se. Desse modo, as mediações estruturam os relacionamentos e interferem na forma como ocorrem, como se tem demonstrado nesta tese, e na continuidade ou descontinuidade deles. Nesses processos, tanto os bolsistas sofrem influência das variáveis mediadoras que neles circulam, como deixam neles as marcas de suas trajetórias de vida. Tais relacionamentos são, portanto, mediados pelo material simbólico acumulado pelos atores do processo, não estando circunscritos somente a eles mesmos, ou seja, não ocorrem de forma linear, ao mesmo tempo que são mediadores daquele material.

Nesse sentido, a UFMA exerce uma função mediadora, à medida que representa a passagem da condição de excluído para incluído no ensino superior. Ou seja, a Instituição medeia os bolsistas e duas realidades antagônicas, através de relacionamentos configurados no contexto histórico de exclusão das classes populares da educação superior no Brasil, no contexto socioeducacional do Maranhão e no contexto institucional da Universidade.

A Instituição é, simultaneamente, fonte de mediações, ao oferecer visões de mundo, representações da realidade, por meio de ações e discursos. A influência mediadora da UFMA, como lugar de interação e produção de significados e cultura, onde os bolsistas interatuam com uma série de informações, está latente nesses recortes ilustrativos:

[...]O lugar onde a gente vive acaba influenciando a gente de qualquer maneira. O mesmo é na Universidade, onde a gente vive quase 24 horas! É impossível dizer que não me sinto influenciada. A forma da gente pensar, tudo muda. A gente se torna mais crítico. A Universidade é o lugar em que eu mais vivo; vivo mais aqui do que em casa[...] (GF-4).

[...]a gente sofre influência ideológica aqui dentro, a gente sofre influência religiosa, a gente nota a influência da Universidade no discurso de cada um de nós[...] (GF-3).

[...]eu tenho uma bolsa moradia e uma bolsa alimentação. Nesse sentido é que eu me sinto mais parte dessa Universidade do que acho que outro se sente! Eu vivo aqui! Nas férias eu estou aqui[...] Eu fiz muitas amizades aqui! [...] (GF-10).

Nessas falas, os bolsistas terminam por externar as mediações institucionais da UFMA, ao lado da interpelação familiar, e a vivência cultural, como variáveis mediadoras que proporcionam a eles diretrizes de atuação social. Quase equiparam tais mediações às

referências múltiplas, condicionadas pela circunstância e cultura, oferecidas pelo lar (Silverstone, 1994). Os bolsistas manifestam a influência do ambiente e das atividades acadêmicas, dentre as quais estão as formações que recebem, cujos temas estão voltados para questões sociais e políticas, no campo educacional e das políticas afirmativas, e dos relacionamentos que experimentam. Ou seja, dão pistas dos contextos onde se ancoram.

As relações cotidianas no âmbito da Universidade geram a mediação da sociabilidade, esta um lugar de práxis comunicativa constituidora de sentidos. Nesse contexto, a institucionalidade medeia interesses que envolvem a estabilidade acadêmica. Trata-se de um cenário de interação, repetição de práticas e reprodução das regras da Instituição (Martín Barbero, 2009a) que tornam-se referência para a atuação dos bolsistas e repercutem tanto no processo relacional com a UFMA como em outros dos quais os conexas sejam parte.

As práticas da Instituição e os modos dela se enunciar e posicionar-se publicamente - por meio do *slogan* que adota, relatórios, informativos, mídia, projetos -, e de se relacionar (também uma forma de se enunciar) são manifestações das suas esferas de significação, determinadas pela natureza institucional, missão e objetivos. Aquelas práticas geram mediações que combinam-se com outras, originadas em contextos diversos dos bolsistas.

Nesse processo, elementos próprios da dimensão institucional da Universidade comparecem como mediações em seus processos comunicativos e relacionais: a condição de instituição pública e gratuita; o *status* de produtora de conhecimento científico; as ações de ensino, pesquisa e extensão; a legislação a que está submetida; as ações afirmativas; os rituais acadêmicos; a autoridade científica e política dos dirigentes; a titulação do corpo docente; a estrutura espacial, material e tecnológica; as políticas de comunicação; a presença na mídia; a visibilidade nas redes sociais; o prestígio do qual goza na comunidade. Tais elementos institucionais, de um certo modo, constituem o poder simbólico da Universidade.

A manifestação das mediações da Universidade são observadas em momentos discursivos apresentados nos itens anteriores, quando os bolsistas tomam emprestado o *status* e poder simbólico da Instituição, os quais abrem portas no presente, como no caso do evento ao qual somente os alunos da UFMA tiveram acesso. Da mesma forma notam-se aquelas mediações quando os conexas associam o nome da Instituição à maior possibilidade de conseguirem bons empregos, em uma perspectivação do futuro.

O próprio Conexões de Saberes, no contexto institucional, é mediação, tendo-se em conta os objetivos, as formações que [...] *ampliam muita nossa visão de mundo e que apontam para o exercício da cidadania* [...] (Q-4), as atividades do Programa que [...] *nos dão*

uma visão crítica da realidade[...](Q-9) e as interações que isso implica. Estas geram mediações que refletem-se nos sentidos que os conexas conferem ao próprio Conexões (e à UFMA), os quais têm uma conotação de passagem de uma condição para outra. O Programa também é mediador das necessidades dos bolsistas, da autoaceitação como alunos de origem popular e da emancipação social deles, na direção da diminuição das desvantagens sociais e educacionais.

Considerando-se os propósitos do Conexões, a função mediadora que realiza e que o Programa simboliza o canal de relacionamento entre a UFMA e os bolsistas, na condição de alunos em vulnerabilidade socioeconômica, o Programa converte-se em um espaço de construção de relacionamentos institucionais.

Nele observam-se conceitos das relações públicas comunitárias, tendo-se em conta que estes são permeados pelas articulações entre conscientização, mobilização e ação dos sujeitos com vistas à autoemancipação humana e à melhoria da consciência política (Peruzzo, 2009b). Essas plataformas compõem a base do Conexões, no sentido dos conexas tornarem-se protagonistas de uma transformação individual e social.

No entanto, se os relacionamentos institucionais forem observados pelo prisma do conceito dos conexas, isto é, no terreno da assistência estudantil, podem ser entendidos, do ponto de vista crítico das relações públicas comunitárias, como um artifício para evitar conflitos. Tais conflitos poderiam prejudicar a aceitação social da Instituição e desfavorecê-la em seus propósitos de projeção de uma imagem positiva, com repercussão nos indicadores de qualidade, recebimento de verbas, parcerias com a iniciativa privada, para citar alguns. Ou, ainda, como o mero cumprimento de uma exigência legal.

Por outro lado, na perspectiva estratégica das relações públicas (Grunig, 2009b), fundada na mutualidade de interesses, o atendimento a necessidades que decorrem do ingresso de jovens de origem popular na universidade pública, como a assistência estudantil que garanta sua permanência e a conclusão do curso que frequentam, pode constituir a base de equilíbrio daquele processo relacional, contextualizado no panorama social e educacional contemporâneo.

Na relação com a UFMA, os bolsistas experimentam sentimentos, por vezes, opostos - sentem-se ameaçados ou até privados de direitos, porém, ao mesmo tempo, apoiados e incentivados a mudar o destino “previsto e natural” da exclusão. Nesse sentido, constroem para eles identidades que conduzem todo o processo relacional e comunicativo observado, ora de marginalizados, momento em que se excluem da comunidade acadêmica e dos relacionamentos institucionais, ora de vencedores, em um comportamento inverso,

ambiguidade que está sintetizada na fala de um deles: [...] *eles não nos querem aqui, mas aqui estamos* [...] (GF-3).

A UFMA torna-se um campo de lutas, contradições e conquistas para os bolsistas e, nela, o Conexões de Saberes desponta como o caminho para a mudança no rumo da história deles. A Instituição simboliza, assim, o presente (condições para a permanência) e o futuro (mudança de vida).

A postura dos conexistas de incluírem-se nos seus discursos para, ora denunciar a exclusão, em suas várias dimensões, ora revelar a ruptura que os inclui na educação superior pública e gratuita, e as escolhas representacionais que fazem para os atores representativos da UFMA refletem-se na percepção deles próprios nos relacionamentos com a UFMA, desta e do processo. Tais relacionamentos representam a tensão entre as privações/dificuldades presentes e as possibilidades/oportunidades futuras, oscilando entre o equilíbrio e o conflito de interesses.

Pode-se dizer, então, que as auto-representações e representações da Universidade basearam-se nos papéis que aqueles atores desempenham nas práticas sociais do contexto social e acadêmico, o que vai ao encontro do que diz van Leeuwen (1993). Os bolsistas representam, dessa maneira, os relacionamentos como práticas sociais, no contexto das atividades do universo acadêmico.

Isso implica que os modos singulares como significam a si mesmos, a UFMA e os relacionamentos institucionais são indissociáveis da intervenção das mediações que trazem para esse processo como resultado dos seus percursos de vida. Ou seja, aqueles modos são demarcados no terreno do atendimento às necessidades e desdobramentos próprios da classe socioeconômica a qual pertencem. A esse conjunto de variáveis interventoras originadas em contextos próprios dos bolsistas, no plano individual e acadêmico, somam-se os cenários social, econômico e educacional do Estado do Maranhão.

Em síntese, a análise realizada evidencia que a condição socioeconômica dos bolsistas e as situações que dela decorrem são as variáveis definidoras das auto-representações e representações dos bolsistas e dos modos como diferenciam-se ou igualam-se a outros grupos. A condição socioeconômica e seus elementos também definem as oscilações entre a atividade e passividade nos papéis que exercem nos seus discursos, do tom destes e da configuração dos relacionamentos institucionais. São, ainda, determinantes da natureza equilibrada ou conflituosa do processo relacional e levam a representações no plano do conceito de *double bind*.

As repercussões das mediações nos relacionamentos institucionais demonstram a importância da contextualização dos públicos e desses processos, no campo das relações públicas, para que se conheçam as condições em que estes edificam-se, a comunicação que os viabiliza e os sentidos que neles circulam, com repercussões nos objetivos e expectativas dos envolvidos. O material simbólico acumulado e renovado que medeia esses relacionamentos os torna situacionais e comportamentais (Grunig e Hon, 1999), já que é dinamicamente elaborado e intervém nos modos dos sujeitos se comportarem.

Finaliza-se esta tese apresentando-se conclusões que soma-se às considerações conclusivas tecidas ao longo dos capítulos.

CONCLUSÕES

Quando se começou a refletir sobre o tema e o objeto de estudo desta tese, em 2009, a adoção das cotas sociais e raciais para o ingresso nos cursos de graduação já era uma realidade em parte das universidades federais brasileiras havia cerca de cinco anos, sendo que na UFMA havia dois. Contudo, a implementação das cotas não era obrigatória, como tornou-se a partir da Lei nº 12.711 (Lei das Cotas), aprovada em 2012, em meio a debates favoráveis e desfavoráveis. Essa Lei determina a implantação da reserva de, no mínimo, 25% do total de vagas em cada universidade, a partir de 2013, alcançando os 50% até 2016.

Em que pese as divergências sobre a validade e a eficácia das cotas, dados estatísticos mostram que elas iniciaram o rompimento de um longo trajeto de negação do direito à educação superior aos jovens negros e vulneráveis social e economicamente. Segundo o Fórum Nacional de Pró-Reitores de Assuntos Comunitários e Estudantis (FONAPRACE, 2011), dentre os estudantes das universidades federais, na Região Nordeste do Brasil, por exemplo, houve, em 2010, um aumento de 12,58% de negros, se comparados com o ano de 2008. Naquelas universidades, 44% dos alunos são das classes C, D e E contra 15% de alunos da classe A. Quanto à renda familiar, 50% deles, naquela Região, pertencem a famílias que recebem até três salários mínimos.

Nesse contexto, entretanto, não estão disponíveis dados referentes ao desempenho acadêmico dos alunos cotistas nem sobre a relação percentual entre a entrada e a conclusão do curso universitário. Com a implantação das cotas, a meta do Ministério da Educação é que os negros tenham no curso superior a mesma proporcionalidade que possuem na população brasileira. A política das cotas circunscreve-se, assim, no campo da correção de desigualdades socioeducacionais. Tal circunscrição sustenta-se nos critérios definidos pela “Lei das Cotas”, os quais correlacionam a população negra à condição socioeconômica desfavorável, ao mesmo tempo que tomam essas duas variáveis para caracterizar o alunado da rede pública. Aqueles critérios induzem, ainda, ao levantamento de questionamentos sobre a qualidade do ensino das escolas públicas, colocando-a como um vetor daquelas desigualdades.

O cenário sintetizado acima é permeado pelos conceitos de exclusão e inclusão, na perspectiva da negação/afirmação da cidadania, da garantia e da efetividade de direitos civis e sociais (Faleiros, 2006). Nesta tese, recorreu-se a esses conceitos para referir-se tanto às questões inerentes ao acesso à educação superior como à permanência na universidade com condições plenas para concluir o curso de graduação. No âmbito daquelas questões estão os relacionamentos institucionais que ocorrem entre a UFMA e os alunos atendidos pelas cotas.

Convém realçar que tais relacionamentos são configurados a partir do momento em que os cotistas, representados neste trabalho pelos bolsistas do Programa Conexões de Saberes, constituem um novo (e crescente) público da Universidade. A formação desse público, pelo prisma das relações públicas (Grunig e Hunt, 2003), ocorreu a partir da adoção das cotas pela UFMA, em 2007. Criaram-se, dessa forma, vínculos entre a Instituição e os cotistas, dada a mutualidade de interesses. Tais vínculos implicam que as decisões e ações de um repercutem sobre o outro.

As referidas exclusão e inclusão socioeducacional são os dois principais conceitos que atravessam o discurso dos bolsistas, elaborado em torno das questões do acesso, da permanência e dos relacionamentos institucionais. Ambos os conceitos ancoram-se na condição socioeconômica dos bolsistas, da qual decorrem outras variáveis que interferem no discurso deles no que se refere àquelas questões – percurso escolar, baixa escolaridade dos pais, renda familiar limitada, dificuldades financeiras e pedagógicas para a permanência na universidade, precariedade na moradia.

Naqueles conceitos subjazem as mediações próprias da individualidade e da trajetória familiar dos bolsistas; dos cenários e situações de interação deles no meio acadêmico e fora dele; das possibilidades de acesso à informação e às tecnologias de informação e comunicação.

Tais variáveis medeiam as representações que os bolsistas fazem deles próprios e dos atores sociais da UFMA que emergiram em seus discursos, os sentidos que nestes manifestaram-se e os relacionamentos com aqueles atores. Mediados por essas variáveis, as representações, sentidos e relacionamentos evidenciam marcas da vida deles, contextualizada no histórico de exclusão das classes populares da educação superior no Brasil, no cenário de políticas sociais e educacionais deficitárias do Maranhão e no quadro institucional da UFMA.

Em seus discursos, os bolsistas oscilam entre momentos de denúncia da exclusão socioeducacional e momentos em que eles anunciam e festejam a inclusão. Fazem isso ao associarem a Universidade à exclusão, em uma expressão das lutas anteriores à entrada na universidade (para nela entrar) e durante a vida acadêmica para que nela permaneçam. Em outros momentos, relacionam a Instituição à inclusão deles no mundo universitário – a UFMA abriu as portas para eles, através das cotas. Expressam, assim, o rompimento da “tradição” da baixa escolaridade e de curta duração das suas famílias, perspectivando uma transformação na vida deles. Trata-se de sentidos produzidos no terreno dos direitos dos cidadãos, dos deveres governamentais/institucionais e do compromisso social da UFMA.

Como será visto mais abaixo, a atuação das relações públicas na Universidade pode localizar-se nesse terreno, ou seja, no plano alternativo ou comunitário da área (Peruzzo, 1986, 2009a, 2009b).

Os conceitos de exclusão e inclusão, por conseguinte, também estão refletidos na percepção que os bolsistas constroem sobre si mesmos, através de representações discursivas que contrapõem-se. No terreno da exclusão, os bolsistas são “invisíveis” na UFMA ou os “indesejados” que atreveram-se a ocupar o lugar da elite e que ainda têm que lutar e ratificar a inclusão, através da luta para receber os benefícios da assistência estudantil.

Outras vezes, no âmbito da inclusão, os bolsistas veem-se como “vencedores”, por serem os primeiros da família a entrar na universidade, ou, ainda, como representativos da própria UFMA, ao adotarem o *status* da Instituição em dadas circunstâncias ou colocarem-se como instrumentos da realização da função social da Universidade, através das atividades extensionistas do Conexões de Saberes.

Na oscilação e ambiguidade desse processo, os conexistas representam-se, outras vezes, como protagonistas, seja das limitações que a exclusão traz em si e da luta para ultrapassá-las, seja da conquista da inclusão. Em seu discurso, constata-se o protagonismo deles e um eventual antagonismo de outros atores, quando os bolsistas recorrem à categoria da “inclusão” (van Leeuwen, 1993, 1997) mais para auto-representações do que para a representação dos demais atores de relevo no discurso. Ou seja, em todo o discurso referem-se mais a eles mesmos do que a outros atores da comunidade acadêmica.

Os conceitos de exclusão e inclusão, no campo das representações da UFMA e das referidas auto-representações, projetam-se nos relacionamentos deles com a Universidade. Ou seja, nos processos de comunicação inerentes às interações burocráticas próprias das atividades acadêmicas de ensino, pesquisa e extensão e aos compromissos pedagógicos e financeiros da Universidade que dizem respeito a eles. À medida que a UFMA exclui ou inclui os bolsistas, aqueles conceitos remetem à negação ou à afirmação do direito deles de serem atores nos relacionamentos com ela.

Tais relacionamentos configuram-se, assim, como processos mediados pelas variáveis que atravessam o discurso deles e mediadores da exclusão ou da inclusão, no compasso do que faz a UFMA. Confirma-se, assim, a principal hipótese de trabalho desta tese, em resposta ao que caracteriza os relacionamentos entre a UFMA e os bolsistas do Conexões de Saberes.

Pelo prisma da inclusão, os relacionamentos dos bolsistas com a UFMA são processos mediadores da mobilidade social dos conexistas. Aquelles processos medeiam

mudanças na vida deles, as quais distinguem sua história da dos seus pais e modificam as possibilidades futuras. Tal mediação ocorre, principalmente, pelo atendimento das demandas financeiras e pedagógicas de que necessitam para permanecer na educação superior e prosseguir seus estudos com a pós-graduação. Daí significarem os relacionamentos institucionais no terreno da assistência estudantil.

Os relacionamentos, por outro lado, adquirem caráter de mediadores da exclusão, no mesmo campo da assistência estudantil, quando esta é deficitária e os coloca à margem da inclusão, próximos, novamente, da exclusão.

Nesse contexto, o Conexões de Saberes torna-se a principal representatividade da assistência estudantil. Os alunos apontam vestígios de que os relacionamentos deles com a Universidade têm como palco principal aquele Programa, que ganha contornos de único canal com a UFMA, como se o Conexões não fosse UFMA ou como se constituíssem duas instâncias antagônicas.

Dessa forma, os relacionamentos institucionais, na perspectiva da oscilação entre a inclusão e a exclusão na comunidade acadêmica, alternam-se entre harmônicos e conflituosos, na medida em que os bolsistas sentem-se atendidos ou não em seus interesses.

Essa oscilação que permeia toda a auto-representação dos bolsistas em seus discursos e a percepção que revelam do processo de interação com a UFMA aponta para a confirmação de outra hipótese deste trabalho - a Instituição não está atenta às especificidades inerentes a esse público de alunos.

A inscrição do conceito de relacionamento no plano da assistência estudantil para a permanência qualificada é justificada por esta constituir-se o interesse central dos bolsistas, após ultrapassarem o primeiro obstáculo do processo inclusivo (ser aprovado no seletivo para a UFMA). A princípio, a referida assistência também constitui interesse da Instituição que “abriu as portas” para eles. Afinal, a ausência ou a ineficiência de projetos que viabilizem a vida acadêmica dos universitários de origem popular pode implicar um desequilíbrio na relação entrada x conclusão do curso, tendo como consequências vagas ociosas, não cumprimento de metas institucionais, limitação de verbas federais, que não interessam à Universidade.

Tendo-se em vista que a exclusão e a inclusão (negação/afirmação de direitos) foram a base do discurso dos bolsistas e, ainda, a mutualidade de interesses em jogo na relação entre eles e a Universidade e as consequências do desequilíbrio em tal relação, é na fronteira entre aqueles dois conceitos que as relações públicas podem atuar na construção dos relacionamentos institucionais. Tal atuação alia pressupostos da abordagem crítica das

relações públicas (Peruzzo, 1986, 2009a, 2009b; Kunsch, 2009b), no campo da transformação social, à perspectiva estratégica, com base no diálogo e no alinhamento dos objetivos da organização e dos públicos (Grunig e Hunt, 2003; Kunsch, 2003).

Se considerar-se o ponto de vista de Peruzzo (1986), a finalidade das relações públicas é harmonizar relações antagônicas por natureza, para evitar conflitos e prejuízos financeiros e de imagem para uma organização. No caso em questão, é evidente que as partes envolvidas são desiguais e ocupam patamares antagônicos – a universidade teve origem nas elites (Santos, 2008) e os bolsistas são alunos em vulnerabilidade social e econômica.

A desigualdade, no caso dos relacionamentos entre a UFMA e os bolsistas, é ampliada pela capacidade da Instituição, pela própria natureza, de mobilizar recursos para tornar suas mediações predominantes, imprimir sentidos convenientes, legitimar seus interesses. A desigualdade localiza-se, ainda, no poder simbólico e no *status* de que a Universidade goza.

Dada essa desigualdade e antagonismo, poderia considerar-se impossível conciliar os interesses de ambas as partes. Contudo, são esses dois elementos que fazem surgir a necessidade de articular aquelas duas orientações teóricas das relações públicas no processo de transformação social embutido na proposta das cotas sociais e raciais.

Na perspectiva crítica das relações públicas, estas implicam a participação ativa do cidadão como parâmetro para uma práxis capaz de efetivar os direitos de cidadania, da mobilização social, da emancipação humana, da melhoria da consciência política e das condições de existência dos poucos favorecidos pela riqueza (Peruzzo, 2009b). Constitui-se um processo de transformação construído em conjunto pelas partes envolvidas, no qual é possível perspectivar a afirmação de direitos civis.

No enfoque contemporâneo, as relações públicas atuam na construção de relacionamentos orientados pelo diálogo, em busca do entendimento mútuo. Isso implica a necessidade de mudanças no comportamento da organização em atendimento ao equilíbrio de interesses dela e de seus públicos e ao alcance dos objetivos de ambos (Grunig, 2009b). No caso em foco, a UFMA e os bolsistas estão ligados por interesses institucionais, que constituem os objetivos do relacionamento entre eles (França, 2009b) – qualidade do ensino, condições para a permanência, conclusão do curso de graduação, perspectiva de pós-graduação, competência profissional dos egressos, inserção no mercado de trabalho.

Diálogo implica processos de comunicação e estes implicam a mediação. É com base no entendimento dos relacionamentos como processos mediados e mediadores e nas referidas dimensões das relações públicas, que sugerem-se, abaixo, ações institucionais que

podem conformar uma situação de interação equilibrada e transformadora entre a UFMA e os bolsistas/cotistas, com base nas características do público em questão e dos cenários brasileiro, maranhense e institucional delineados na tese. Algumas delas não caracterizam propriamente processos de comunicação, mas corroboram para a construção destes.

As sugestões orientam-se por três premissas. Primeiro, os cotistas são um novo público da Instituição, cujas mediações atuam nos relacionamentos que nela ocorrem (relacionamentos mediados). Segundo, trata-se de um panorama novo para os dirigentes e para a comunidade acadêmica, que demarca a necessidade de serem pensados os relacionamentos (mediadores) com os cotistas, ou, em outras palavras, na forma de com eles se comunicarem, considerando-se que, agora, pelos dados vistos, ocupam um espaço crescente, antes não ocupado. Terceiro, as especificidades sociais, econômicas e culturais da trajetória (mediações) dos bolsistas não estão sendo consideradas pela UFMA, se levar-se em conta que a exclusão é um conceito que atravessa a percepção dos bolsistas nas questões que os vinculam à Instituição.

A UFMA poderia começar pelo levantamento preciso do quantitativo dos alunos em vulnerabilidade social e econômica na Instituição e a partir dele fazer um estudo da relação entre esse quantitativo e a assistência estudantil oferecida. Tal estudo forneceria dados concretos da situação, que poderiam apontar as debilidades, potencialidades e reais necessidades daquela assistência. Nesse processo, poderiam ser levantados dados individuais e familiares dos alunos, em uma aproximação com o que foi desenvolvido nesta tese, identificando-se características que situam aquele grupo nos cenários por onde circulam e que conotam a realidade de seus componentes. Esses dados seriam sistematizadas em contextos de interação que constituiriam fontes das mediações desses alunos. A criação de indicadores para o acompanhamento da vida acadêmica dos alunos e ex-alunos assistidos pela UFMA contribuiria para a investigação dos impactos da assistência estudantil no presente e futuro desses jovens. Os resultados dessa investigação apontariam a necessidade de ajustes ou não naquela assistência, definindo o valor desta na vida acadêmica deles, com repercussões na profissional.

Os próprios cotistas seriam envolvidos na execução dessas ações, dentro da lógica das políticas afirmativas, ao lado de alunos não cotistas e sob a orientação de professores, em um processo multidisciplinar. Promoveria-se, com isso, a inserção desses grupos na questão da exclusão/inclusão social, de forma integrada.

No âmbito das atividades do Conexões, alunos não cotistas poderiam ser envolvidos tanto nas formações que os bolsistas recebem, como nas ações por estes

desenvolvidas junto às comunidades carentes. O envolvimento de alunos não conexistas caracterizaria um processo de mediação entre eles e o universo de origem e referenciais dos conexistas, talvez nunca experimentado por eles. O Conexões, para os conexistas, representa a entrada no mundo “elitizado” do conhecimento científico, sem afastá-los das suas origens. O envolvimento de alunos de outras origens sociais e econômicas promoveria um movimento inverso - a imersão deles no universo popular. A proposta do Programa seria ampliada, sem eliminar ou reduzir o caráter afirmativo que o gerou.

Ações conjuntas contribuiriam para o desenho de uma situação contrária à invisibilidade na comunidade acadêmica apontada pelos bolsistas. Proporcionariam a visibilidade que os bolsistas desejam/necessitam e a diminuição de diferenciações entre grupos de alunos de uma mesma universidade. Hoje, os bolsistas investigados convivem e discutem temas do campo da inclusão social e da assistência estudantil predominantemente no terreno do Conexões de Saberes. Dessa forma, não somente a discussão, como eles próprios, estão restritos aos limites do Programa. A restrição evidenciada dificulta a obtenção de respostas às problemáticas que levantam.

Alunos cotistas e não cotistas poderiam ser estimulados a escrever sobre suas experiências, publicando-se seus relatos em livros editados pela UFMA e outros espaços alternativos – *blog's*, redes sociais, por exemplo.

Em toda a dinâmica sugerida seria pertinente dar conhecimento dos resultados das ações à comunidade acadêmica e à sociedade, através de seminários e das várias modalidades da mídia, por exemplo. A divulgação é parte, embora não a única, dos processos que envolvem os relacionamentos, sustentada pelas múltiplas formas de comunicação. Acredita-se que a repercussão de ações da natureza das acima sugeridas, dentro e fora da academia, forneceriam elementos para o debate sobre as cotas e outras políticas afirmativas. Esse também é o papel social da UFMA.

Alunos, não somente da UFMA, nem apenas cotistas, a favor ou contra o sistema de reserva de vagas, deveriam ser estimulados a entrar na discussão em torno delas e a comprometer-se na busca de soluções para os problemas pano de fundo das cotas – a fragilidade do ensino fundamental e médio brasileiro e a desequilibrada distribuição de renda no Brasil.

Caminhos alternativos para tal discussão poderiam ser encontrados nas novas formas de interação e atuação social proporcionadas pelo ambiente digital, como as redes sociais, uma ferramenta contemporânea e fortemente jovem, que tem mostrado exemplos de ações e reações orientadas para fins específicos. Nesse processo, considerando-se os atributos

daquele ambiente, os jovens poderiam mostrar iniciativas próprias de discussão e nelas serem protagonistas.

Na contemporaneidade, inúmeras alternativas de organização de interesses em arenas representativas, reais ou virtuais, estão disponíveis, sem que isso caracterize segregação de um grupo ou de outro e a impossibilidade de convivência entre eles. Trata-se de arenas independentes, capazes de elaborar agendas específicas, desenvolver canais de comunicação próprios e corroborar o debate de temas de interesse de grupos e da sociedade.

Outro viés desse processo construtivo de relacionamentos seriam as parcerias com organizações públicas e privadas para a viabilização das ações sugeridas e envolvimento em questões que, de um certo modo, dizem respeito a elas, já que são parte de uma sociedade desigual.

Levando em consideração que um processo relacional não está circunscrito somente a ele mesmo e aos nele diretamente envolvidos, as ações contidas no quadro sugestivo ultrapassam a interação da UFMA com os alunos de origem popular. Isso porque decorrem, envolvem e geram outros relacionamentos, com outros públicos, em um processo em cadeia. Ações na perspectiva das sugeridas implicam, na verdade, a construção de relacionamentos com vários públicos – cotistas, não cotistas, professores, sociedade, comunidades carentes, organizações públicas e privadas, meios de comunicação.

No interior dessas sugestões, desenham-se contextos de interação, nos quais circulam e renovam-se sentidos mediados pelas histórias de vida e variáveis socioculturais próprias da individualidade e da sociabilidade dos sujeitos do processo e por aqueles próprios contextos. Os relacionamentos, nesse panorama, tornam-se mediadores da construção de outra realidade e, ao mesmo tempo, por ela mediados.

Construir relacionamentos com o público dos cotistas, orientados pelos interesses em comum, constitui responsabilidade social de quem “autorizou” sua entrada, dando prosseguimento e consolidando o processo de inclusão. Caso contrário, as cotas ganham contornos de medida cosmética. Não se trata de se dar um tratamento diferenciado àquele grupo em detrimento de outros segmentos de alunos, o que poderia criar uma situação inversa à atual, ou seja, a exclusão das elites. Na verdade, o tratamento diferenciado (privilegiado, para uns) não se localiza na construção de relacionamentos, mas no próprio mecanismo da reserva de vagas para o acesso ao ensino superior.

O que está em questão é a presença e as características daqueles estudantes. Afinal, a concretude da presença dos alunos de origem popular no sistema universitário

público brasileiro é um fato. As ações sugeridas seriam embrionárias de um processo transformador.

As sugestões feitas extrapolam o mero cumprimento de uma legislação governamental. Repercutem favoravelmente à Instituição, mas também favorecem os cotistas. Se para a UFMA o retorno reside na reputação, no recebimento de verbas ou na prevenção de conflitos, para os cotistas os retornos são mais duradouros e localizam-se nas possibilidades de melhores condições de vida no futuro.

O que se pretende são resultados no plano da mudança de vida, como expressaram os bolsistas em seu discurso. Se não houver ações conjuntas no sentido de oportunizar a permanência desses alunos, as cotas tornam-se um ganho ilusório, sem os impactos esperados na diminuição das desigualdades.

Tendo-se em vista a argumentação construída na tese, a fertilidade para os relacionamentos da era em que se vive, o perfil dos alunos e o contexto brasileiro e maranhense, cabe à UFMA decidir qual a importância de consolidar vínculos com os cotistas (vínculos criados com a entrada deles na Instituição), dentre outros públicos. Se levar-se em consideração as ações desenvolvidas por pelo menos dois dos setores responsáveis pelos relacionamentos institucionais na Instituição, a Assessoria de Comunicação e o Núcleo de Relações Públicas, mais voltados para a divulgação e a promoção institucional, há divergências de concepção em relação ao que aqui se defende, observadas nos meios utilizados e resultados esperados.

Cabe à UFMA criar (ou não) estratégias no sentido de abrir canais de diálogo com públicos diversos em torno das questões socioeconômicas, históricas e culturais que envolvem as cotas. A obrigatoriedade definida por lei amplia não somente as vagas reservadas a grupos específicos, mas também alarga a problemática (e a necessidade) de assistência estudantil nas universidades federais, nos campos financeiro e pedagógico.

Ainda que haja, e vai continuar havendo, posicionamentos contra as cotas, a ausência de ações diante de um fato inevitável - o crescimento do percentual de alunos negros e oriundos de escolas públicas - significa “tapar o sol com a peneira”. Por conceito, as políticas afirmativas não têm caráter permanente, entretanto, as desvantagens sociais são históricas e a equidade pretendida requer tempo e vontade política, dentro e fora das universidades.

As universidades, como produtoras do conhecimento científico, são espaços políticos habilitados a identificar, tematizar questões sociais, articular interesses e influenciar a agenda de discussão e a formulação de políticas públicas. É aí que reside a problemática da

assistência estudantil, no âmbito das cotas. Contribuir para a resolução de problemas sociais é função da universidade, cuja dimensão extensionista abraçou, através de projetos como o Conexões de Saberes, as políticas afirmativas. A formulação, implementação e avaliação destas e de outras políticas públicas requer a constituição de novos sujeitos sociais, processo no qual as relações públicas podem participar e colaborar.

O papel social e científico que a UFMA exerce no contexto maranhense, somado à maior organicidade da sociedade contemporânea, reforçam a relevância da definição de diretrizes para o planejamento da gestão dos relacionamentos institucionais dessa Instituição, com vistas à oportunidade do diálogo e do entendimento mútuo, no plano do cumprimento de sua função social.

Pelo menos um aspecto que envolve o sistema universitário coaduna-se com o campo das relações públicas, como foi visto em Santos (2008) e Peruzzo (1986) - ambos foram, inicialmente, elitizados em seus conceitos e atividades -, ganhando, entretanto, outras dimensões à medida que evoluíram conceitualmente, no contexto da contemporaneidade. Ao focar os relacionamentos institucionais no território das ações afirmativas, esta tese evidencia princípios orientadores da perspectiva estratégica e da dimensão comunitária das relações públicas e quebra alguns paradigmas que as colocam a favor das elites.

O equilíbrio de interesses, tônica da função mediadora das relações públicas, representa um ideal que se busca continuamente, em cujo caminho é possível haver oscilações entre o atendimento dos interesses em jogo, tanto pela mutabilidade constante dos contextos e suas variáveis, como por serem as relações permeadas pela faceta do poder. Aquele equilíbrio é a essência da área, em função do que se constroem os modelos teóricos e formam-se os profissionais.

Um dos objetivos desta pesquisa residiu na expectativa de contribuir para o debate do tema das mediações no campo das relações públicas, investigando como as mediações comparecem nos relacionamentos institucionais, através do recurso desenhado com base naquelas variáveis mediadoras. Assim, a investigação realizada foi um esforço teórico e metodológico de “beber em outras fontes” para melhor compreender os públicos e o que está oculto em um processo relacional institucional. Demonstrou-se a aplicabilidade do conceito de mediações e de metodologia por ele orientada naquela área.

A metodologia usada nesta pesquisa pode ser adequada ao estudo de outras categorias de públicos e relacionamentos. As categorias de mediações tornam-se, nesse contexto, variáveis de observação no processo e planejamento das relações públicas, no qual é imprescindível conhecer o perfil dos públicos.

A contribuição desta tese em termos institucionais está em apresentar os resultados obtidos à UFMA, para que ela avalie a pertinência destes e das reflexões e sugestões oferecidas. Para tanto, além da disponibilização obrigatória nas bibliotecas da Universidade, já que a investigadora pertence ao quadro docente da Instituição, serão enviadas cópias do trabalho para os órgãos envolvidos na pesquisa, como a Reitoria, o Pet/Conexões de Saberes e os setores da comunicação institucional.

Com esta tese, pretendeu-se colaborar para um novo olhar sobre as relações públicas que permita que se compreenda a abrangência desse campo, sob a perspectiva das bases teórico-conceituais das mediações, sustentadas em eminentes autores. A partir daí, as práticas dos relacionamentos entre uma organização e seus públicos assumem novas perspectivas, distanciando-se do lugar comum e da simples busca de relacionamentos eficazes.

Trata-se, portanto, de um estudo que delinea um ponto de partida para novas reflexões e pesquisas, não se tendo a intenção de considerá-lo um trabalho acabado.

REFERÊNCIAS

- Acayaba, C. 2012. *Aluno que entrar pela lei das cotas terá aulas de reforço, diz Mercadante* [on line]. Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2012/10/aluno-que-entrar-pela-lei-das-cotas-tera-aulas-de-reforco-diz-mercadante.html>. Acedido em: 18 de outubro de 2012.
- Agência EFE. 2012. *Censura no Twitter decepciona usuários da rede social* [on line]. Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI5580950-EI12884,00-censura+no+Twitter+decepciona+usuarios+da+rede+social.html>. Acedido em: 2 de maio de 2012.
- Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). 2010. *Acesso fixo banda larga no Brasil* [on line]. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=257088&assuntoPublicacao=Dados%20informativos%20-%20Banda%20Larga&caminhoRel=null&filtro=1&documentoPath=257088.pdf>. Acedido em: 17 de dezembro de 2011.
- Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). 2012. *TV por Assinatura cresce 2,43% em janeiro* [on line]. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=24778>. Acedido em: 28 de setembro de 2012.
- Alejandro, M., Vidal, J.R. (Compiladores). 2004. *Comunicación y educación popular: selección de lecturas*. Havana: Editorial Caminos.
- Alumar. 2012. *A Alumar* [on line]. Disponível em: <http://www.alumar.com.br/>. Acedido em: 5 de maio de 2012.
- Andrade, C. T. S. 1988. *Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos*. 4 ed. São Paulo: Atlas.
- Andrade, C. T. S. 1989. *Psicosociologia das relações públicas*. 2 ed. São Paulo: Loyola.
- Andrade, C. T. S. 1993. *Para entender relações públicas*. 4 ed. São Paulo: Loyola.
- Antonioli, L. 2012. *Estatísticas, dados e projeções atuais sobre a Internet no Brasil* [on line]. Disponível em: http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php. Acedido em: 3 de maio de 2012.
- Araújo, M. 2005. *A Psicologia no Maranhão: percursos históricos*. São Luís: EDUFMA.
- Associação Brasileira de Normas Técnicas. 2012. *Regras e normas da ABNT 2012 para formação de trabalhos acadêmicos* [on line]. Disponível em: <http://www.trabalhosabnt.com/regras-normas-da-abnt-formatacao/nbr-10520>. Acedido em: 30 de setembro de 2012.
- Bateson, G., Jackson, D.D., Haley, J., Weakland, J. 1956. *Toward a Theory of Schizophrenia* [on line]. In *Behavioural Science I*. pp. 251-254. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/53258460/Gregory-Bateson-Toward-a-theory-of-schizophrenia>. Acedido em: 18 de abril de 2012.

- Bernays, E. s/d. *The Engineering of Consent* [on line]. Disponível em: provokateur.com/wp-content/uploads/.../The-Engineering-of-Consent.pdf. Acedido em: 25 de abril de 2012.
- Bernays, E. 2008a. Persuasão y creación de la opinión pública através de las relaciones públicas. In Bernays, E., Barquero, J. D. C., Barquero, M.C. 2008. *Nuevas fronteiras de las relaciones públicas*. Barcelona: Furtwangen, pp.81-123.
- Bernays, E. 2008b. Técnica, método y planificación estratégica. In Bernays, E., Barquero, J. D. C., Barquero, M.C. 2008. *Nuevas fronteiras de las relaciones públicas*. Barcelona: Furtwangen, pp. 321-353.
- Bernays, E. 2010. *Propaganda*. 2 ed. Espanha: Melusina.
- Bernays, E., Barquero, J. D. C., Barquero, M.C. 2008. *Nuevas fronteiras de las relaciones públicas*. Barcelona: Furtwangen.
- Bourdieu, P. 1989. *O poder simbólico*. Lisboa: DIFEL.
- Brambilla, A. 2011. *Para entender as mídias sociais*[on line]. Disponível em: <http://paraentenderasmidiassociais.tumblr.com>. Acedido em:17 de maio de 2012.
- Brasil. 1999. *Projeto de Lei da Câmara dos Deputados (PL) nº 73/1999* [on line]. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/sileg/integras/330424.pdf>. Acedido em: 3 de março de 2011.
- Brasil. 2008. *Projeto de Lei da Câmara ds Deputados (PL) nº 180/2008* [on line]. Disponível em: http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=88409. Acedido em: 3 de março de 2011.
- Brasil. 2012a. *Anatel registrou 2,2 milhões de novas linhas de celulares em abril* [on line]. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2012/05/17/anatel-registrou-2-2-milhoes-de-novas-linhas-de-celulares-em-abril>. Acedido em: 2 de setembro de 2012.
- Brasil. 2012b. *Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012* [on line]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12711.htm. Acedido em: 18 de outubro de 2012.
- Brasil. 2012c. *Decreto nº 7.824, de 11 de outubro de 2012* [on line]. Disponível em: <http://www.in.gov.br/imprensa/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=6&data=15/10/2012>. Acedido em: 18 de outubro de 2012.
- Brasil. 2012d. *Portaria normativa nº 18, de 11 de outubro de 2012* [on line]. Disponível em: <http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?data=15/10/2012&jornal=1&pagina=16&totalArquivos=160>. Acedido em: 18 de outubro de 2012.
- Brasil Escola. 2011. *Aspectos da população do Maranhão* [on line]. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/brasil/aspectos-populacao-maranhao.html>. Acedido em: 3 de maio de 2011.

- Brasil Escola. 2012. *Enem 2012 registra recorde de inscrições* [on line]. Disponível em: <http://vestibular.brasilecola.com/Enem/Enem-2012-registra-recordeinscricoes/319361.html>. Acedido em: 28 de julho de 2012.
- Cabral, M. 1984. *Política e educação no Maranhão: (1834-1889)*. São Luís: Sioge.
- Cardoso, G. 2011. Mudança social em rede. In Centro Ruth Cardoso. *Políticas sociais: ideias e práticas*. São Paulo: Editora Moderna, pp. 219-258.
- Castillo, A. E. 2010. *Introducción a las relaciones públicas* [on line]. Disponível em: <http://webpersonal.uma.es/DE/ACASTILLOE/librorelacionespublicas.pdf>. Acedido em: 3 de janeiro de 2012.
- Centro de Lançamento de Alcântara (CLA). 2012. *Atividades sistêmicas* [on line]. Disponível em: <http://www.cla.aer.mil.br/>. Acedido em: 3 de maio de 2012.
- Centro Ruth Cardoso. 2011. *Políticas sociais: ideias e práticas*. São Paulo: Editora Moderna.
- Ciência sem Fronteiras, 2012. *O que é* [on line]. Disponível em: <http://www.cienciasemfronteiras.gov.br/web/csf/o-programa>. Acedido em: 30 de abril de 2012.
- Corsi, G., Esposito, E., Baraldi, C. 1996. *Glosario sobre la teoria social de Niklas Luhmann*. México: Anthropos.
- Cutlip, S., Center, A. H. 1964. *Effective Public Relations*. 3 ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Cutlip, S., Center, A. H., Broom, G. M. 2006. *Manual de relaciones públicas eficaces*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- DeFleur, M., Ball-Rokeach, S. 1993. *Teorias da comunicação de massa*. 5 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Dozier, D., Grunig, L., Grunig, J. 1995. *Manager's guide do excellence in Public Relations and Communication Management*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Duarte, J. 2005. Entrevista em profundidade. In Duarte, J., Barros, A. (2005). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, pp.62-83.
- Duarte, J., Barros, A. 2005. *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Emerald. *Como usar o Harvard reference system* [on line]. 2012. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/portal/pt-br/authors/harvard/2.htm>. Acedido em: 30 de setembro de 2012.
- Esteves, J.P. 1992. Apresentação. In Luhmann, N. *A improbabilidade da Comunicação*. Lisboa: Veja.

- Faleiros, V. P. 2006. *Inclusão Social e Cidadania* [on line]. 2006. Disponível em: http://www.icsw.org/global-conferences/Brazil2006/papers/vicente_faleiros.pdf. Acedido em: 22 de novembro de 2011.
- Faria, R., Montenegro, A. (Org's.). 2005. *Memória de professores: histórias da UFMA e outras histórias*. São Luís: UFMA, Brasília: CNPq.
- Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras (PROEX). 2007. *Extensão Universitária: organização e sistematização* [on line]. Disponível em: http://www.extensao.ufba.br/arquivos/inextensao/organizacao_sistematizacao_extensao_universitaria.pdf. Acedido em: 10 de janeiro de 2010.
- Fórum Nacional de Pró-Reitores de Assuntos Comunitários e Estudantis (FONAPRACE). 2011. *Perfil Socioeconômico e Cultural dos Estudantes de Graduação das Universidades Federais Brasileiras* [on line]. Disponível em: http://www.fonaprace.andifes.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=75:perfil-socioeconomico-e-cultural-dos-estudantes-de-graduacao-das-universidades-federais-brasileiras&catid=35:nacional&Itemid=58. Acedido em: 7 de setembro de 2011.
- Franco, A. de. 2011. *A rede* [on line]. Disponível em <http://net-hcw.ning.com/page/a-rede>. Acedido em: 9 de maio de 2012.
- França, F. 2004. *Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica*. São Caetano do Sul, São Paulo: Yendis.
- França, F. 2009a. Gestão de relacionamentos corporativos. In Grunig, J., Ferrari, M. A., França, F. *Relações Públicas, teoria, contexto e relacionamentos*. São Caetano do Sul, São Paulo: Difusão, pp.209-271.
- França, F. 2009b. A releitura dos conceitos de públicos pela conceituação lógica. In Kunsch, M. M. K. (Org.). *Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, pp.209-239.
- Fundação Nacional do Índio (FUNAI). 2011. *Os índios* [on line]. Disponível em: <http://www.funai.gov.br/indios/conteudo.htm>. Acedido em: 3 de maio de 2011.
- Fundação Sossândrade de Apoio ao Desenvolvimento da Universidade Federal do Maranhão (FSADU). 2011. *Quem somos*. Disponível em: <http://www.fsadu.org.br/site/>. Acedido em: 18 de julho de 2011.
- G1MA. 2012. *Setor imobiliário de São Luís começa a desacelerar, analisam especialistas* [on line]. Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2012/03/setor-imobiliario-de-sao-luis-comeca-desacelerar-analisam-especialistas.html>. Acedido em: 3 de maio de 2012.
- G1.2012a. *Quase metade das universidades federais terá que criar cota social* [on line]. Disponível em: <http://g1.globo.com/vestibular-e-educacao/noticia/2012/08/quase-metade-das-universidades-federais-tera-que-criar-cota-social.html>. Acedido em: 30 de junho de 2012.

- G1. 2012b. *Enem fecha inscrições com recorde de mais de 6 milhões de candidatos* [on line]. Disponível em: globo.com/educacao/noticia/2012/06/Enem-fecha-inscricoes-com-recorde-de-mais-de-6-milhoes-de-candidatos.html. Acedido em: 30 de junho de 2012.
- G1. 2012c. *Lei de Cotas nas universidades vai ampliar acesso à educação, diz Dilma* [on line]. Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2012/10/lei-de-cotas-nas-universidades-vai-ampliar-acesso-educacao-diz-dilma.html>. Acedido em: 18 de outubro de 2012.
- Gatti, B.A. 2005. *Grupo focal na pesquisa em Ciências Sociais e Humanas*. Brasília: Liber Livro Editora.
- Gonçalves, M. 2000. *A reinvenção do Maranhão dinástico*. São Luís: UFMA, PROIN.
- Grunig, J. (Ed.). 1992. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. 2001. Two symmetrical public relations. Past, present and future. In Heath, R. L (Ed.). *Handbook of public relations*. California: Sage Incorporation, Inc., pp.11-30.
- Grunig, J. 2003. A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal. *Comunicação & Sociedade*. n° 39. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, pp.67-92.
- Grunig, J. 2005. Guia de pesquisa e medição para elaborar e avaliar uma função excelente de Relações Públicas. *ORGANICOM*. ano 2. n° 2. 1° semestre de 2005. pp.47-69.
- Grunig, J. 2009a. Uma teoria geral das Relações Públicas: quadro teórico para o exercício da profissão. In Grunig, J., Ferrari, M.A., França, F. *Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. São Caetano do Sul, São Paulo: Difusão, pp.15-123.
- Grunig, J. 2009b. Paradigms of global public relations in an age of digitalization [on line]. *PRism* 6(2). Disponível em: http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journ.html. Acedido em: 18 de maio de 2011.
- Grunig, J., Repper, F. C. 1992. Strategic management, publics and issues. In Grunig, J. (Ed.). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 117-158.
- Grunig, J., Hon, L. 1999. *Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations* [on line]. Institute of Public Relations. Disponível em: <http://www.instituteforpr.org/topics/measuring-relationships/>. Acedido em: 13 de novembro de 2011.
- Grunig, L., Grunig, J., Dozier, D.M. 2002. *Excellent Public Relations and Effective Organizations – a study of communication management in three countries*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J., Hunt, T. 2003. *Dirección de relaciones públicas*. Adaptado por Xifra, J. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.

- Grunig, J., Ferrari, M. A., França, F. 2009. *Relações Públicas, teoria, contexto e relacionamentos*. São Caetano do Sul, São Paulo: Difusão.
- Grupo Coimbra de Universidades Brasileiras. 2012. *Histórico* [on line]. Disponível em: <http://www.grupocoimbra.org.br>. Acedido em: 3 de agosto de 2012.
- Habermas, J. 1997. *Direito e Democracia: Entre Facticidade e Validade*. v. II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. 2003. *Mudança Estrutural na Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Heath, R. L (Ed.). 2001. *Handbook of public relations*. California: Sage Incorporation, Inc.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). 2008. *Acesso à Internet e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal* [on line]. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2008/internet.pdf>. Acedido em: 13 de abril de 2011.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). 2010. *Maranhão* [on line]. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=ma&tema=indicsoc_mun_censo 2010. Acedido em: 3 de março de 2012.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). 2011. *População e Domicílios - PNAD 2011 - Síntese de Indicadores* [on line]. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=ma&tema=pnad_2011. Acedido em: 3 de março de 2012.
- Instituto Federal do Maranhão (IFMA). 2012. *Histórico* [on line]. Disponível em: <http://www.ifma.edu.br/index.php/instituto/historico>. Acedido em: 3 de abril de 2012.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). 2009. *Portaria nº 109, de 27 de maio de 2009* [on line]. Disponível em: <http://www.cmconsultoria.com.br/imagens/diretorios/diretorio14/arquivo1503.pdf>. Acedido em: 6 de setembro de 2011.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). 2010. *Sinopses Estatísticas da Educação Superior - Graduação* [on line]. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>. Acedido em: 3 de dezembro de 2011.
- Kunsch, M.M.K. 1997. *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus.
- Kunsch, M. M. K. 2003. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Summus.
- Kunsch, M. M. K. 2007. Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades [on line]. In *Signo y Pensamiento*. julio-diciembre 2007. pp. 38-51. Disponível em: http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/components/com_booklibrary/ebooks/5104.pdf. Acedido em: 23 de março de 2011.

- Kunsch, M.M.K. (Org). 2009a. *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva.
- Kunsch, M.M.K. 2009b. Planejamento e gestão das relações públicas comunitárias. In Kunsch, M.M.K. (Org.). *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, pp.435-464.
- Kunsch, W.L. 2009. Gênese e desenvolvimento do campo profissional e acadêmico das relações públicas no Brasil. In Kunsch, M.M.K.(Org). *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, pp.7-42.
- Littlejohn, S.W. 1988. *Fundamentos teóricos da comunicação humana*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara.
- Luhmann, N. 1992. *A improbabilidade da comunicação*. Lisboa: Veja.
- Luhmann, N. 1997. O conceito de sociedade. In Neves, C. B., Samios, E. M. B. (Org's.). *Niklas Luhmann: a nova teoria dos sistemas*. Porto Alegre: Ed. UFRGS.
- Marconi, M.A, Lakatos, E.M. 1990. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração e interpretação de dados*. São Paulo: Atlas.
- Martín-Barbero, J. 1997. De los medios a las culturas. Introducción [on line]. In Martín-Barbero, J., Silva, A. (Coord's.) *Tercer Mundo*. pp.1-30. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/7788229/Proyectar-la-comunicacion-De-los-medios-a-las-culturas-Introduccion>. Acedido em: 16 de janeiro de 2010.
- Martín-Barbero, J. 2000. Comunicação e mediações culturais [on line]. Entrevista a Claudia Barcelos. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. vol. XXIII. nº 1. janeiro/junho de 2000. pp.151-163. Disponível em: <http://200.144.189.84/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/541/510>. Acedido em: 24 de março de 2010.
- Martín-Barbero, J. 2002a. *Ofício de um cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola, pp.1-32.
- Martín-Barbero, J. 2002b. Aventuras de um cartógrafo mestiço. In Martín-Barbero, J. *Ofício de um cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola, pp.1-32.
- Martín-Barbero, J. 2009a. *Dos meios as mediações: comunicação cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Martín-Barbero, J. 2009b. As formas mestiças da mídia. Jesús Martín-Barbero [on line]. Entrevista a Mariluce Moura. *Pesquisa FAPESP*. nº 163. setembro de 2009. pp.10-15. Disponível em: <http://revistapesquisa2.fapesp.br/?art=3933&bd=1&pg=1&lg=>. Acedido em: 24 de março de 2010.

- Martín-Barbero, J. 2009c. Entrevista com Jesús Martín-Barbero. Uma aventura epistemológica. Entrevista a Maria Immacolata Vassallo de Lopes. *Matrizes*.vol. 2. n°. 2. 2009. pp.143-162. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/download/111/178>. Acedido em: 24 de março de 2010.
- Martín-Barbero, J., Silva, A. (Coord's.) 1997. *Tercer Mundo*. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/7788229/Proyectar-la-comunicacion-De-los-medios-a-las-culturas-Introduccion>. Acedido em:16 de janeiro de 2010.
- Martín Serrano, M. 1981. Un modelo metodológico para investigar los efectos socioculturales de los media. *Revistes Catalanes amb Accés Obert*. n° 1981: 3. Disponível em: <http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/40985/88191>. Acedido em: 12 de março 2011.
- Martín Serrano, M. 1985. La mediación de los medios de comunicación. In Moragas, M. de. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili, pp.141-161.
- Martín Serrano, M. 1997. La gesta y la parábola en la comunicación pública. In *Primer Congreso Internacional de la Lengua Española*. Zacatecas. Disponível em: <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/prensa/ponencias/serrano.html>. Acedido em: 02 de outubro 2011.
- Martín Serrano, M. 2004. *La producción social de comunicación*. 3 ed. Madri: Alianza Editorial.
- Martín Serrano, M. 2008. *La mediación social*. Edición conmemorativa del 30 aniversario. Madri: Akal.
- Martín Serrano, M. 2009. La teoría de la comunicación, la vida y la sociedad. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo. v.32. n.1. jan./jun. 2009. pp. 245-257. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/5621/5071>. Acedido em: 03 março 2011.
- Meireles, M. 1960. *História do Maranhão*. Rio de Janeiro: DASP.
- Meireles, M. 2005. Mário Martins Meireles. In: Faria, R., Montenegro, A. (Org's.). *Memória de professores: histórias da UFMA e outras histórias*. São Luís: UFMA, Brasília: CNPq, pp.407-460.
- Ministério da Educação e Cultura (MEC). 2007. *Reestruturação e Expansão das Universidades Federais* [on line]. Disponível em: http://www.proen.ufma.br/sigs/admin/fotos/410/Diretrizes_Gerais_do_Programa_REUNI_MEC.pdf. Acedido em: 24 de março de 2011.
- Ministério da Educação e Cultura (MEC). 2012a. *Cursos sequenciais* [on line]. Disponível em: <http://www.inf.ufrgs.br/mec/ceeinf.sequencial.html>. Acedido em: 28 de março de 2012.

- Ministério da Educação e Cultura (MEC). 2012b. *Enem* [on line]. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=13318&Itemid=310. Acedido em: 28 de março de 2012.
- Ministério da Educação e Cultura (MEC). 2012c. *Enade* [on line]. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=181&Itemid=313. Acedido em: 28 de março de 2012.
- Ministério da Educação e Cultura (MEC). 2012d. *ProUni* [online]. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=205&Itemid=298. Acedido em: 28 de março de 2012.
- Ministério da Educação e Cultura (MEC). 2010. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade. 2010. *Edital nº 9/MEC/SECAD/2010*. Disponível em: http://www.ufpe.br/proacad/images/apoio_academico/monitoria/PET_2010/edital_pet_2010.pdf. Acedido em: 13 de dezembro de 2010.
- Moragas, M. de. 1985. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Nascimento, I. et al. 2006. Educação superior no Maranhão 1991-2004. In *INEP. Educação superior brasileira: 1991-2004*. Brasília: INEP, pp.21-81.
- Neves, C. B., Samios, E. M. B. (Org's.). 1997. *Niklas Luhmann: a nova teoria dos sistemas*. Porto Alegre: Ed. UFRGS.
- O Globo. 2012. *USP retoma discussão sobre cotas raciais* [on line]. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/educacao/usp-retoma-discussao-sobre-cotas-raciais-6195412>. Acedido em: 3 de setembro de 2012.
- Observatório de favelas. 2010. *Sobre o observatório* [on line]. Disponível em: <http://www.observatoriodefavelas.org.br/observatoriodefavelas/home/index.php>. Acedido em: 25 de novembro de 2010.
- Orozco, G. 1991a. La audiencia frente a la pantalla - una exploración del proceso de recepción televisiva [on line]. *Diálogos de la Comunicación*. Lima: Felafacs. nº 30. pp. 55-63. Disponível em: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2011/10/30.pdf>. Acedido em: 29 de maio de 2010.
- Orozco, G. 1991b. Recepcion Televisiva: trex aproximaciones e una razón para su estudio. *Cuadernos de Comunicación y practicas sociales*. nº 2. México: Universidad Iberoamericana.
- Orozco, G.1994a. Recepción televisiva y mediaciones: la construcción de estrategias por la audiencia. In Orozco, G. (Coord.). *Televidencia: Perspectivas para el analisis de los procesos de recepcion televisiva* (Cuadernos de comunicacion y practicas sociales). México, D.F.: Universidad Iberoamericana, pp.69-88.
- Orozco, G. (Coord.).1994b. *Televidencia:Perspectivas para el analisis de los procesos de recepcion televisiva* (Cuadernos de comunicacion y practicas sociales). México, D.F.: Universidad Iberoamericana.

- Orozco, G. 1996a. *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*. Madri: Ediciones de la Torre.
- Orozco, G. (Org.). 1996b. *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México,D:F.: Iberoamericana.
- Orozco, G. 1997. *Medios, audiencias y mediaciones* [on line]. Disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=634081>. Acedido em: 03 de março de 2010.
- Orozco, G. 2001. Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la 'televidencia' y sus mediaciones[on line]. *Revista iberoamericana de educación*. nº 27. Setembro-Dezembro 2001. pp. 155-175. Disponível em: <http://www.rieoei.org/rie27a07.htm>. Acedido em: 03 de março de 2010.
- Orozco, G. 2004a. Las mediaciones. In Alejandro, M., Vidal, J.R. (Compiladores). *Comunicación y educación popular: selección de lecturas*. Havana: Editorial Caminos, pp.325-332.
- Orozco, G. 2004b. La perspectiva de las mediaciones. In Alejandro, M., Vidal, J.R. (Compiladores). *Comunicación y educación popular: selección de lecturas*. Havana: Editorial Caminos, pp. 333-336.
- Passarinho, N. 2012. *Menos de 9% dos jovens pretos fazem ou fizeram faculdade, diz MEC* [on line]. Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2012/10/menos-de-9-dos-jovens-pretos-fazem-ou-fizeram-faculdade-diz-mec.html>. Acedido em: 18 de outubro de 2012.
- Pedro, E. 1998. *Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho.
- Penteado, R. W. 1984. *Relações públicas nas empresas modernas*. São Paulo: Pioneira.
- Peruzzo, C. K. 1986. *Relações públicas no modo de produção capitalista*. São Paulo: Summus.
- Peruzzo, C. K. 2009a. Da aparência à essência das relações públicas: abordagem na perspectiva da teoria crítica e do modo de produção capitalista. In Kunsch, M. M. K. (Org.). *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, pp.157-184.
- Peruzzo, C. K. 2009b. Relações públicas nos movimentos sociais e nas “comunidades”: princípios, estratégias e atividades. In Kunsch, M. M. K. (Org.). *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, pp.417-434.

- Portal Planalto. 2012. *Matrículas em universidades públicas crescem 7,9% em um ano, revelam dados do Censo da Educação Superior* [on line]. Disponível em: <http://www2.planalto.gov.br/imprensa/noticias-de-governo/matriculas-universidades-publicas-crescem-7-9-em-um-ano-revelam-dados-do-censo-da-educacao-superior>. Acedido em: 17 de outubro de 2012.
- Portal São Francisco. 2011. *Patrimônio Cultural da Humanidade* [on line]. Disponível em: <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/maranhao/maranhao.php>. Acedido em: 29 setembro de 2011.
- Quivy, R., Campenhoudt, L. 2005. *Manual de investigação em Ciências Sociais*. 4 d. Lisboa: Gradiva.
- Recuero, R. 2009. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Recuero, R. 2011. A nova revolução: as redes são as mensagens [on line]. In Brambilla, A. *Para entender as mídias sociais*. pp.14-16. Disponível em: <http://paraentenderasmidias-sociais.tumblr.com>. Acedido em: 17 de maio de 2012.
- Rockefeller Foundation. 2012. *Who we are* [on line]. Disponível em <http://www.rockefellerfoundation.org/who-we-are>. Acedido em: 12 de julho de 2012.
- Salek, S. 2011. *São Luís aparece entre as 600 cidades que mais vão crescer no mundo* [on line]. Disponível em: [imirante.globo.com/noticias/2011/04/12/pagina271227.shtml](http://www.imirante.globo.com/noticias/2011/04/12/pagina271227.shtml). Acedido em: 7 de junho de 2011.
- Santaella, L., Lemos, R. 2010. *A cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus.
- Santos, B. S. 2008. A Universidade no Século XXI: Para uma Reforma Democrática e Emancipatória da Universidade. In Santos, B.S., Almeida Filho, N. *A Universidade no Século XXI: Para uma Universidade Nova*. pp. 13-106. Disponível em: <http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/A%20Universidade%20no%20Seculo%20XXI.pdf>. Acedido em: 2 fevereiro de 2011.
- Santos, B.S., Almeida Filho, N. 2008. *A Universidade no Século XXI: Para uma Universidade Nova*. Disponível em: <http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/A%20Universidade%20no%20Seculo%20XXI.pdf>. Acedido em: 2 fevereiro de 2011.
- Santos, D. 2012. *STF decide, por unanimidade, pela constitucionalidade das cotas raciais* [on line]. Disponível em: g1.globo.com/vestibular-e-educacao/noticia/2012/04/stf-decide-por-unanimidade-pela-constitucionalidade-das-cotas-raciais.html. Acedido em: 18 de junho de 2012.
- Santos, R. E. 2003. *As teorias da comunicação: da fala à internet*. São Paulo: Paulinas.
- Silverstone, R. 1994. *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Silverstone, R. 2010. Domesticando a domesticação. Reflexões sobre a vida de um conceito [on line]. *Revista Media & Jornalismo* nº 16. Centro de investigação Media e

Jornalismo. pp.1-20. Disponível em: http://www.cimj.org/images/stories/docs_cimj/domesticando%20a%20domesticacao%20-%20silverstone%20-%20reviso.pdf. Acedido em: 4 de maio de 2012.

Simões, R. P. 1995. *Relações públicas: função política*. 3 ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus.

Simões, R. P. 2009. Por uma rede teórica para relações públicas: uma forma abreviada da teoria. In Kunsch, M. M. K. (Org.). *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, pp.143-156.

Universidade Aberta do Brasil (UAB). 2012. *O que é* [on line]. Disponível em: http://www.uab.capes.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=18. Acedido em: 12 de maio de 2012.

Universidade Ceuma (UNICEUMA). 2011. *Sobre o Uniceuma* [on line]. Disponível em: <http://www.extranet.ceuma.br/sitenovo/estaticas/estatica1.sh>. Acedido em: 18 de abril de 2011.

Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). 2012. *Perfil Institucional da UEMA* [on line]. Disponível em: <http://www.uema.br/institucional/historico>. Acedido em: 17 de maio de 2012.

Universidade Federal do Maranhão (UFMA). 2010. *Relatório de gestão 2010* [on line]. Disponível em: http://www.ufma.br/editais/arquivos/relatorio_de_gestao_2010.pdf. Acedido em: 10 de novembro de 2010.

Universidade Federal do Maranhão (UFMA). 2011. *Relatório de gestão 2011* (Impresso).

Universidade Federal do Maranhão (UFMA). 2012. *Lei das cotas em universidades federais é publicada no diário Oficial da União* [on line]. Disponível em: <http://www.ufma.br/noticias/noticias.php?cod=4076>. Acedido em: 18 de outubro de 2012.

Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Conselho Universitário (CONSUN). 2009. *Resolução nº 121, de 17 de dezembro de 2009* (impresso).

Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Pró-reitoria de Ensino (PROEN). 2012. *Edital PROEN nº 64/2012* [on line]. Disponível em: <http://www.ufma.br/paginas/editais.php?cod=3275>. Acedido em: 18 de setembro de 2012.

Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Pró-reitoria de Extensão (PROEX). 2009. *Edital nº 17/2009*. Disponível em: <http://www.proex.ufma.br/individualeditais.php?id=22>. Acedido em: 28 de novembro de 2010.

Universidade Metodista de São Paulo. 2003. *Comunicação & Sociedade*. nº 39. São Bernardo do Campo: Editora Metodista.

Universidade Virtual do Maranhão (UNIVIMA). 2012. *A Univima* [on line]. Disponível em: <http://www.univima.ma.gov.br/>. Acedido em: 17 de maio de 2012.

- Vale. 2012. *Conheça a Vale* [on line]. Disponível em: <http://www.vale.com/pt-br/conheca-a-vale/paginas/default.aspx>. Acedido em: 4 de maio de 2012.
- van Leeuwen, T. 1993. *Language and Representation – the recontextualisation of activities and reactions*. Department of Linguistics - University of Sydney (Thesis). Disponível em: http://ses.library.usyd.edu.au/handle/2123/1615?mode=simple&submit_simple=Show+simple+item+record. Acedido em: 20 de junho de 2012.
- van Leeuwen, T. 1997. A representação dos actores sociais. In Pedro, E. *Análise Crítica do Discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho. pp-169-222.
- Wey, H. 1983. *O processo de relações públicas*. São Paulo: Summus.
- Wolf, M. 2003. *Teorias da comunicação*. 8 ed. Lisboa: Editorial Presença.
- Yin, R. K. 2005. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3 ed. Porto Alegre: Bookman.

ANEXOS

ANEXO 1 - ROTEIROS DAS ENTREVISTAS COM DIRIGENTES DA UFMA**A - Reitor**

1. Dados acadêmico-profissionais – formação, tempo na UFMA, tempo no cargo de reitor, percurso acadêmico na UFMA.
2. Na sua opinião, qual deve ser o papel da UFMA na sociedade maranhense?
3. Para o senhor, o que é extensão universitária?
4. Na sua opinião, quais são os aspectos positivos e os negativos da extensão na UFMA?
5. Como o senhor avalia as ações de inclusão social da UFMA no que diz respeito aos alunos de graduação?
6. O senhor considera que tais ações garantem a permanência qualificada dos alunos de origem popular na UFMA?
7. Qual a relação que o senhor faz entre os projetos de extensão e as ações de inclusão social da UFMA?

B - Pró-reitor de Extensão

1. Dados acadêmico-profissionais – formação, tempo na UFMA, tempo em atividades de extensão, tempo no cargo, percurso acadêmico na UFMA.
2. Na sua opinião, qual deve ser o papel da UFMA na sociedade maranhense?
3. Para o senhor, o que é extensão universitária?
4. Na sua opinião, quais são os aspectos positivos e os negativos da extensão na UFMA?
5. Há algum tipo de orientação específica do Governo Federal para a definição dos projetos de extensão em universidades de menor porte e localizadas na região Nordeste do Brasil como a UFMA?
6. Há algum tipo de orientação por parte da UFMA quanto às áreas de atuação para os projetos de extensão?
7. Qual a relação que o senhor faz entre os projetos de extensão e as ações de inclusão social da UFMA?
8. O senhor considera que as ações de inclusão social da UFMA garantem a permanência qualificada dos alunos de origem popular na Instituição?

C - Coordenadora Geral do Conexões de Saberes (também diretora do Departamento de Extensão da Pró-reitoria de Extensão) / D - Coordenadora Executiva do Conexões de Saberes / E - Coordenador (e tutor) do Conexões de Saberes / F - Tutora do Conexões de Saberes.

1. Dados acadêmico-profissionais – formação, tempo na UFMA, tempo em atividades de extensão e no Programa Conexões do Saberes.
2. Para o (a) senhor(a), qual deve ser o papel da UFMA na sociedade maranhense?
3. Para o(a) senhor(a), o que é extensão universitária?
4. Como o(a) senhor(a) define o Conexões de Saberes?
5. Na sua opinião, quais são os aspectos positivos e os negativos do Conexões de Saberes?
6. É dado algum tipo de retorno para os assistidos pelo Conexões de Saberes quanto aos resultados ou redirecionamentos do Programa?
7. Como são os relacionamentos entre a equipe do Conexões de Saberes e os bolsistas?
8. O que a UFMA espera dos bolsistas?

9. O (A) senhor(a) acha que o Conexões de Saberes tem cumprido os objetivos de garantir a permanência dos bolsistas na UFMA e de formá-los como pesquisadores, extensionistas, cidadãos e lideranças comprometidas com o social?

G - Chefe da Assessoria de Comunicação / H - Chefe do Núcleo de Relações Públicas

1. Dados acadêmico-profissionais – formação, tempo de UFMA e tempo no cargo, percurso acadêmico na UFMA.
2. Na sua opinião, qual deve ser o papel da UFMA na sociedade maranhense?
3. Quais são as atribuições da Assessoria / do Núcleo?
4. Quais são os princípios que regem a Assessoria / o Núcleo? Há uma orientação ou uma definição de diretrizes para as ações da Assessoria / Núcleo ?
5. Qual a abrangência de atuação da Assessoria / do Núcleo, em termos de estrutura da UFMA (Reitoria, Pró-reitorias) e em termos geográficos (os *campi*)?
6. Como se desenvolve a relação da Assessoria / do Núcleo com o Núcleo / a Assessoria, em termos da execução das atividades e da própria administração da comunicação institucional?
7. E com a Assessoria de Relacionamentos Institucionais?
8. Enumere os públicos da UFMA listados abaixo, por ordem de prioridade para a Universidade:
 - () Poder público federal
 - () Poder público estadual
 - () Poderes públicos municipais
 - () Empresas privadas do Maranhão
 - () Ong's, movimentos sociais do Maranhão
 - () Comunidades do entorno da UFMA
 - () Empresas que prestam serviços para a UFMA
 - () Alunos
 - () Professores
 - () Técnicos administrativos

I - Assessora de Relacionamentos Institucionais

1. Dados acadêmico-profissionais – formação, tempo de UFMA e tempo no cargo, percurso acadêmico na UFMA.
2. Na sua opinião, qual deve ser o papel da UFMA na sociedade maranhense?
3. Quais são as atribuições da Assessoria?
4. Esse diálogo e parcerias são somente com a iniciativa privada? Como ocorrem?
5. Cite um caso de parceria - a empresa ou órgão e o projeto conjunto.
6. Quais são os princípios que regem a Assessoria? Há uma orientação ou uma definição de diretrizes para as ações da Assessoria?
7. Como se desenvolve a relação da Assessoria com a ASCOM e com o Núcleo de Relações Públicas em termos da execução das atividades?

ANEXO 2 - TERMO DE CONSENTIMENTO (entrevistas)**Termo de Consentimento**

Senhor (a) entrevistado (a),

Sou doutoranda em Letras, na área científica das Ciências da Comunicação, na Universidade de Coimbra, em Portugal, e gostaria de obter seu consentimento para a realização de uma entrevista, com o objetivo de fundamentar minha pesquisa. Pretendo observar, sob a ótica das mediações, a construção dos relacionamentos institucionais no programa “Conexões de Saberes” da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e a elaboração dos sentidos que neles circulam.

Assim, solicitamos seu consentimento para:

- a) a realização e a gravação de entrevista pela pesquisadora responsável, no horário e local pré-definidos;
- b) a disponibilização de mais informações sobre o assunto da pesquisa, em qualquer momento da mesma, caso seja necessário, através de outras entrevistas, conversas ou cessão de relatórios e outros documentos pertinentes.
- c) a utilização das informações obtidas por meio das entrevistas na tese em elaboração.

No caso de obtermos o consentimento solicitado, garantimos ao entrevistado:

- a) a possibilidade de recusar-se a prestar alguma informação;
- b) a transcrição das entrevistas na íntegra, sem identificação nominal; o entrevistado será identificado pelo cargo que ocupa ou por números, antecidos pela letra “E”, de acordo com a situação;
- c) o uso das informações coletadas nas entrevistas de forma estrita nas questões relativas à pesquisa citada.

São Luís (Ma), __/__/_____.

Entrevistado

Responsável pela pesquisa

ANEXO 3 – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS BOLSISTAS**Questionário****I PARTE****1. Dados demográficos**

- 1.1 Sexo
- 1.2 Idade
- 1.3 Cidade onde nasceu
- 1.4 Curso superior que frequenta na UFMA
- 1.5 Motivo da escolha desse curso
- 1.6 Cidade e escolas onde fez os ensinos fundamental e médio
- 1.7 Cidade de nascimento dos pais
- 1.8 Escolaridade dos pais
- 1.9 Ocupação profissional dos pais
- 1.10 Quantas pessoas há em sua família?
- 1.11 Além de você, algum membro da sua família estudou, estuda ou pretende estudar na UFMA? Quem?

2 Hábitos culturais

- 2.1 Hábitos de leitura – você lê livros, jornais, revistas? Com que frequência?
- 2.2 Você frequenta alguma biblioteca? Qual?
- 2.3 Onde você realiza suas atividades acadêmicas?

3 Hábitos associativos

- 3.1 Você participa de alguma associação de bairro? De qual? Desde que ano?
- 3.2 Você participa de algum movimento social organizado (além de associações de bairro, se for o caso)? De qual? Desde que ano?
- 3.3 Você participa de algum partido político? De qual? Desde que ano?
- 3.4 Você participa de algum movimento de igreja? De qual? Desde que ano?
- 3.5 Você frequenta outro curso, além do universitário (de idiomas, por exemplo)? Qual?

4 Consumo dos media

- 4.1 Você assiste à televisão? Com que frequência? Que tipo de programa?
- 4.2 Você possui acesso a canais fechados de TV? Que tipo de programa?
- 4.3 Você costuma ir ao cinema? Com que frequência? Que tipo de filme?
- 4.4 Você ouve rádio? Com que frequência? Que tipo de programa?

5 Acesso às tecnologias de informação e comunicação

- 5.1 Você acessa a internet? Onde? Com que frequência? Para quê?
- 5.2 Você possui computador, telefone celular (telemóvel), Iphone, MP 3 ou MP4 ou outro aparelho do gênero?
- 5.3 Você participa de redes sociais na internet? De quais?

II PARTE

6 A UFMA

- 6.1 Você já tinha tido algum contato com alguém ou algum setor da UFMA antes de ser aluno da Instituição? Caso já tenha tido, em que situação?
- 6.2 Para você, qual deve ser o papel social da UFMA na sociedade maranhense?
- 6.3 O que você espera da UFMA?

7 Relacionamento com a UFMA

- 7.1 A partir de sua vivência no Conexões de Saberes, classifique os relacionamentos entre os bolsistas do Programa e a UFMA, de acordo com as alternativas abaixo:
- a. Quanto aos benefícios:
- relacionamentos que trazem mais benefícios para a UFMA
 - relacionamentos que trazem mais benefícios para os bolsistas
 - relacionamentos que trazem benefícios mútuos – para a UFMA e para os bolsistas
 - outro tipo de relacionamento: qual? _____
- b. Quanto aos interesses em questão:
- relacionamentos que privilegiam mais os interesses da UFMA
 - relacionamentos que privilegiam mais os interesses dos bolsistas
 - relacionamentos que privilegiam tanto os interesses da UFMA como os dos bolsistas
 - outro tipo de relacionamento: qual? _____
- c. Quanto à influência exercida um sobre o outro:
- a UFMA influencia mais os alunos do que é influenciada
 - os alunos influenciam mais a UFMA do que são influenciados
 - há equilíbrio na relação de influência
 - outro tipo de relacionamento: qual? _____
- d. Quanto ao resultado da interação:
- relacionamentos que geram aproximação
 - relacionamentos que geram distanciamento
 - relacionamentos que geram confronto
 - relacionamentos que geram outro resultado: qual? _____
- e. Quanto às expectativas
- relacionamentos que atendem mais às expectativas da UFMA
 - relacionamentos que atendem mais às expectativas dos bolsistas
 - relacionamentos que atendem mais às expectativas dos assistidos pelos projetos
 - relacionamentos que atendem às expectativas de todos os envolvidos
 - outro tipo de relacionamento: qual? _____
- f. Quanto à satisfação
- totalmente satisfatório
 - parcialmente satisfatório
 - insatisfatório
 - outro tipo de relacionamento: qual? _____

III PARTE

8 A extensão universitária e o Conexões de Saberes

- 8.1 Para você, o que é extensão universitária?
- 8.2 Por que você se candidatou ao Conexões de Saberes?
- 8.3 Para você o que é o Conexões de Saberes?
- 8.4 Na sua opinião, quais são os aspectos positivos e os negativos do Conexões de Saberes?
- 8.5 Você considera que o Conexões de Saberes tem cumprido os objetivos de garantir a permanência dos bolsistas na UFMA e de formá-los como pesquisadores, extensionistas, cidadãos e lideranças comprometidas com o social? Justifique sua resposta.

9 Os relacionamentos no âmbito do Conexões de Saberes

- 9.1 Como você observa o envolvimento e o interesse dos bolsistas nas atividades do Conexões de Saberes?
- 9.2 Como você considera a participação dos bolsistas (no sentido de ter voz) nos processos que dizem respeito ao Conexões de Saberes, desde o planejamento, a execução e a avaliação?
- 9.3 Como se dá a interação entre os bolsistas e a UFMA? Através de que meios?
- 9.4 Como é o relacionamento entre os bolsistas do Conexões de Saberes da UFMA? Através de que meios ?
- 9.5 Como é o relacionamento entre os bolsistas do Conexões de Saberes da UFMA e os de outras universidades? Através de que meios ?

10 Relacionamento da UFMA com a comunidade

- 10.1 Na sua opinião, no que diz respeito ao relacionamento entre a UFMA e as comunidades assistidas pelo Conexões de Saberes:
 - () há parceria e troca de saberes
 - () há imposição de saberes pela UFMA
 - () há resistência por parte das escolas
 - () outro tipo de relacionamento: qual? _____

ANEXO 4 - TERMO DE CONSENTIMENTO (grupo focal e questionário)**Termo de Consentimento**

Senhor (a) participante,

Sou doutoranda em Letras, na área científica das Ciências da Comunicação, na Universidade de Coimbra, em Portugal, e gostaria de obter seu consentimento para aplicar-lhe um questionário com perguntas abertas e fechadas e para sua participação em um grupo focal, com o objetivo de fundamentar minha pesquisa. Pretendo observar, sob a ótica das mediações, a construção dos relacionamentos institucionais no Programa Conexões de Saberes da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e a elaboração dos sentidos que neles circulam.

Assim, solicitamos seu consentimento para:

- a) a aplicação do questionário e a realização e gravação do grupo focal pela pesquisadora responsável, no horário e local pré-definidos (18.02.2011, às 17h, na sala de reuniões do Conexões de Saberes);
- b) a solicitação de mais informações sobre o assunto da pesquisa, caso seja necessário, através de entrevistas ou conversas;
- c) a utilização das informações obtidas por meio do questionário e do grupo focal na tese em elaboração, sem a identificação do participante.

No caso de obtermos o consentimento solicitado, garantimos ao participante:

- a) a possibilidade de recusar-se a prestar alguma informação;
- b) a sistematização das respostas ao questionário e a transcrição do grupo focal na íntegra, sem identificação nominal; os participantes serão identificados por números antecedentes, respectivamente, das letras “Q” e “GF”;
- c) o uso das informações coletadas no questionário e no grupo focal de forma estrita nas questões relativas à pesquisa citada.

São Luís (Ma), ____/____/____.

Participante

Responsável pela pesquisa

ANEXO 5 – ROTEIRO DO GRUPO FOCAL

Número de participantes:

Data:

Local:

1. A UFMA

1.1 Para vocês, qual deve ser o papel social da UFMA na sociedade maranhense?

1.2 Como alunos, o que vocês esperam da UFMA?

2. Os relacionamentos no âmbito do Conexões de Saberes e com a UFMA

2.1. Como vocês consideram a questão da participação dos bolsistas (no sentido de ter voz) nas discussões, planejamento, execução e avaliação das ações no Conexões de Saberes?

2.2. Como vocês classificariam os relacionamentos construídos no âmbito do Conexões?(na equipe como um todo, da equipe entre si – bolsistas, coordenadores, tutores, setores envolvidos).

3. Os relacionamentos com a UFMA

3.1. Como vocês percebem o relacionamento entre a UFMA e vocês, na condição de alunos de origem popular?

3.2. O que vocês manteriam no relacionamento entre a UFMA e vocês ?

3.3. Vocês acham que além desse benefício material, que é a bolsa, vocês têm algum outro tipo de benefício por estarem na UFMA?

3.4. Vocês acham que a condição de aluno de origem popular faz com que vocês se sintam mais influenciados pela UFMA?

3.5 Vocês acham que influenciam a UFMA em suas decisões?

3.6 Algum comentário complementar sobre um do temas aqui discutidos ou outro que tenha a ver com as questões levantadas?

ANEXO 6 – QUADRO DE TEMÁTICAS

Temáticas	Enfoques	Recortes /GF e Questionário	Sentidos
UFMA	Função social	[...]é preparar cidadãos para a transformação da sociedade, ou seja, pessoas críticas que ajudem a enfrentar e questionar a situação vigente [...](Q-8). [...]contribuir com a solução de problemas da sociedade e qualidade de vida[...] (Q-12).	Retorno à sociedade (transformação social/ qualidade de vida)
	Exclusão	[...]a Universidade não foi feita para os alunos de origem popular. Não, foi pensando nos deles, não em nós[...] (GF-6) [...]Na Universidade, o aluno de origem popular tem que lutar muito[...] (GF-2).	Luta/ restrições/porta fechada
	Inclusão	[...]A Universidade abriu as portas para nós. No tempo da minha avó, da minha mãe, nem se pensava em faculdade[...] (GF-4). [...]Nós estamos aqui exercendo o nosso direito[...] (GF-7). [...]Ela (a UFMA) me priva de algumas coisas, mas me abre um leque de possibilidades[...] (GF-3). [...]Estar na UFMA é um <i>status</i> ! [...] (GF-2). [...]ter mais possibilidades sociais, novas oportunidades [...] (Q-7).	Ruptura de uma situação histórica Direito Mediação: passado de privações x futuro de oportunidades Mobilidade social Mudança de vida/porta aberta
	Cotas sociais e raciais	[...]A Universidade abriu as portas para nós. No tempo da minha avó, da minha mãe, nem se pensava em faculdade. Acho que é porque não tinha essa abertura (referindo-se às cotas raciais e sociais) [...] (GF-4).	Oportunidade/primeiros universitários da família
Extensão universitária	Resolução de problemas sociais	[...]Esta Universidade é pública! Vive dos tributos pagos pelos cidadãos maranhenses. Toda a sociedade paga para que estejamos aqui. Nós temos que dar um retorno de qualidade e contribuir com a solução de problemas da sociedade [...] (GF-10).	Compromisso social (dever)

Assistência Estudantil	Permanência na universidade pública	<p>[...]Daí a necessidade de desenvolver planos de assistência estudantil que garantam essa permanência[...] (GF-5).</p> <p>[...]A oferta de bolsa-alimentação pela UFMA é pequena para a demanda; muita gente precisa desse auxílio, mas na hora, fica de fora porque teve uma pessoa que é ainda mais pobre[...] (GF-9).</p>	Direito
Conexões de Saberes	Assistência estudantil/ação afirmativa	<p>[...]se preocupa com a permanência com qualidade do aluno de origem popular na UFMA[...] (Q-1).</p> <p>[...]Depois que entrei no Conexões minha vida financeira tem me permitido desfrutar melhor da vida acadêmica[...] (Q-5).</p> <p>[...]mesmo aqueles que já saíram do projeto continuaram suas pesquisas, as quais tiveram origem no Conexões, e se destacam por onde passam[...] (Q-2).</p> <p>[...]O Conexões tem me ajudado? Tem. Já recorri a tanta gente do Conexões para fazer trabalho[...] (GF-6).</p> <p>[...]Vi no Conexões uma oportunidade de levar conhecimento acadêmico às zonas periféricas[...] (Q-7).</p> <p>[...]a interação entre os bolsistas e a UFMA somente ocorre através do projeto Conexões de Saberes[...] (Q-4).</p>	<p>Garantia de permanência</p> <p>Passaporte para o futuro</p> <p>Porto seguro</p> <p>Canal UFMA/ comunidades</p> <p>Canal de relacionamento com a UFMA</p>
Relacionamento institucional	<p>Inclusão no processo relacional</p> <p>Exclusão no processo relacional</p>	<p>[...]São-nos dadas oportunidades a partir do momento em que nós entramos na Universidade. Primeiro, vem o conhecimento, a possibilidade de ter uma profissão; segundo, as oportunidades depois de formados[...] (GF-9).</p> <p>[...]leu acredito que tenho muitos ganhos por estar aqui, porque nessa Universidade eu conheço pessoas, lugares, coisas novas, que fora dela eu não iria conhecer[...] (GF-2).</p> <p>[...]Muitas vezes, a UFMA só nos nota durante nossos seminários[...] (Q-8).</p>	<p>Mediador da mobilidade social/ruptura</p> <p>Assistência estudantil</p> <p>Invisibilidade</p> <p>Restrições/dificuldades cotidianas</p>