



COMUNICAÇÃO E UNIVERSIDADE PÚBLICA: Panorama das pesquisas em revistas brasileiras (2000-2018)

*Gabriela Silva MENESES DE OLIVEIRA*¹⁹

RESUMO: Este artigo desenvolve um panorama das pesquisas brasileiras (2000-2018) que tratam sobre a atuação da comunicação nas universidades públicas federais, com o objetivo de identificar as principais tendências nos estudos sobre o tema e lançar o olhar para a possibilidade de novas pesquisas. Para isso, foram selecionados 10 artigos de revistas brasileiras A2, B1 e B2, na área de Comunicação e Informação, publicados ao longo dos últimos 18 anos. O estudo mostrou que as pesquisas sobre a atuação da comunicação na universidade são escassas e seguem tendências diversas em relação ao objeto e às perspectivas teórico-metodológicas.

PALAVRAS-CHAVE: Universidade. Divulgação Científica. Comunicação Organizacional/Institucional. Comunicação Pública

ABSTRACT: This paper approaches a panorama of the Brazilian researches (2000-2018) about the performance of communication in federal public universities, in order to identify the main tendencies and possibility of new researches. For this, 10 articles of Brazilian journals A2, B1 and B2 were selected in the area of Communication and Information, published in all 18 years. The study showed that the researches about the performance of communication in the university are scarce and follow different tendencies in relation to the object and the theoretical-methodological perspectives.

KEYWORDS: University. Scientific Divuligation. Organization/Institutional Communication. Public Communication

1. Apresentação

¹⁹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), na linha de pesquisa "Jornalismo e Sociedade". Jornalista da Universidade Federal do Cariri (UFCA). E-mail: gabrielasmenezes@gmail.com

As universidades públicas federais no Brasil vivem em tempos de crise. Além das questões financeiras e dos problemas do financiamento público da educação superior, estão inseridas dentro de um contexto da sociedade capitalista que requer das instituições princípios mais mercadológicos que, por vezes, contrapõem-se ao papel que uma universidade deve exercer na sociedade. Também estão ligadas ao sistema de instituições públicas federais, com previsão legal na Constituição Federal de 1988, que garante às universidades a autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial. No entanto, essa mesma autonomia é relativizada, na prática, já que as universidades precisam seguir regramentos que as demais entidades públicas seguem e nem sempre essas legislações²⁰ correspondem às necessidades das instituições de ensino. Esses diferentes cenários que convivem na formação das universidades federais brasileiras apontam para uma situação de múltiplas identidades dessas instituições, gerando conflitos, crises e críticas.

Na tese sobre Comunicação Organizacional e os Fenômenos de Identidade na Universidade do Minho (Portugal), a pesquisadora Teresa Augusta Ruão Correia Pinto (2008) aborda a hipótese das identidades múltiplas exatamente para falar sobre essa pluralidade da instituição universitária, a partir de um estudo de caso de uma instituição pública portuguesa. Para Pinto, a hibridez da identidade da universidade pode gerar riscos, como a sobrecarga informativa, os comportamentos vacilantes ou a ambivalência de interpretações. No entanto, a pesquisadora também defende que a natureza fragmentada tem a possibilidade também de trazer benefícios à instituição pelo potencial criativo que representam. “As identidades híbridas, quando bem geridas, podem dar flexibilidade à organização para se apresentar de forma adequada aos vários públicos” (PINTO, 2008, pág. 89).

Essa identidade híbrida das universidades foi se formando a partir das mudanças que ocorreram ao longo dos séculos, até que, no final do século XX, as universidades portuguesas, conforme Pinto (2008), passaram por transformações como redução do financiamento público, globalização das atividades, domínio de novas tecnologias, que levaram a um cenário de instabilidade e fizeram muitos considerarem a adoção de orientações de gestão mais empresariais, voltados aos princípios capitalis

tas. Dessa forma, de acordo com Pinto (2008), as instituições permaneceram priorizando o conhecimento, de forma crítica, e transmitido por meio do ensino, no entanto passou-se a

²⁰ A Lei de Licitações (Lei 8.666/1993) e a Lei dos Servidores Públicos Federais (Lei 8.112/1990) são exemplo de legislações que funcionam para os demais órgãos públicos e também para as universidades.

esperar da universidade uma ideia de aplicabilidade na sociedade que muitas vezes colidia com os valores de liberdade de pensamento tão fortes no modelo das universidades clássicas.

Ao tratar sobre as transformações das universidades públicas federais, Barichello (2001), a partir de um estudo de caso da Universidade Federal de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, também acrescenta que, atualmente, as mudanças ocorridas nas universidades, mantidas pelo Estado e destinadas a preservar a cultura nacional, decorrem da implantação do capitalismo informacional e das novas tecnologias. Portanto, é nesse contexto complexo, de múltiplos pertencimentos, que as universidades públicas federais têm se desenvolvido e atuado nas mais diversas frentes. Entre essas frentes, está a comunicação, inserida não somente na atuação formal de um setor administrativo para este fim, mas nas atividades acadêmicas e também nas relações entre os sujeitos.

Refletindo sobre a atuação da comunicação nas universidades públicas federais, o presente artigo desenvolve um panorama das pesquisas brasileiras (2000-2018) que tratam esse tema, com o objetivo de identificar as principais tendências nos estudos sobre o assunto e lançar o olhar para a possibilidade de novas pesquisas. Para isso, foram selecionados 10 artigos de 14 revistas brasileiras A2, B1 e B2, na área de Comunicação e Informação, publicados ao longo dos últimos 18 anos. Inicialmente, este estudo apresenta a metodologia utilizada na escolha das revistas, dos artigos e na análise das pesquisas. Depois aborda o panorama das pesquisas sobre o tema, a partir dos objetos dos artigos e das perspectivas teórico-metodológicas identificadas.

2. Metodologia de seleção e análise dos artigos

A seleção das revistas precedeu a escolha dos artigos para análise. As publicações, que seriam consultadas para a escolha dos artigos, foram selecionadas a partir da classificação do quadriênio 2013-2016 da Plataforma Sucupira Qualis²¹. Foram separadas para escolha dos artigos as revistas brasileiras A2, B1 e B2, na área de Comunicação e Informação. Não entraram na seleção revistas que eram voltadas para as áreas de Ciência da Informação e

²¹ A consulta foi feita no link
<<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>>

Biblioteconomia, por isso não houve nenhum registro de revista com classificação A1²². Dessa forma, foram selecionadas 14 publicações:

Quadro 1: Revistas brasileiras selecionadas para a pesquisa dos artigos

(Produzido pela autora)

A2 (4 revistas)	B1 (7 revistas)	B2 (3 revistas)
Comunicação, Mídia e Consumo; E-COMPÓS Famecos: Mídia, Cultura e Tecnologia Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação.	Comunicação & Inovação; Comunicação & Sociedade; Conexão: Comunicação e Cultura; Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura; ECO; Estudos em Jornalismo e Mídia; Organicom: Revista Brasileira de Comunicação	Comunicação & Informação; Esferas: Revista Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação do Centro-Oeste; Verso e Reverso.

²² Na área de Comunicação e Informação, as revistas com classificação A1 são voltadas para as áreas de Ciência da Informação e Biblioteconomia e, portanto, com temáticas e artigos mais voltados a esta área.

	Organizacional e Relações Públicas.	
--	--	--

A busca pelos artigos ocorreu nos portais de cada uma das revistas. Foram selecionados artigos escritos em português, publicados entre os anos 2000 a 2018 (até o mês de abril). Ao acessar o buscador de cada uma das revistas, foram colocadas as palavras “comunicação” e “universidade” (entre aspas para buscar o termo exato). Como há problemas e diferenças nos processos de indexação nas bases de dados de cada uma das revistas, optou-se pelo escopo de busca em que as palavras podem ser encontradas nas mais diversas partes dos artigos (autor, título, resumo, termos indexados e texto completo). Da lista que aparecia, cada um dos artigos era analisado pelo título e pelo resumo para saber se entraria ou não na seleção deste trabalho.

Para selecionar os artigos da revista que comporiam o corpus de análise, ficou definido que seriam escolhidos quaisquer estudos que versassem sobre práticas e produtos de comunicação²³ em universidades públicas federais. Foram excluídos²⁴ artigos que abordavam questões sobre a estrutura curricular, física e/ou de pesquisa dos cursos da área de Comunicação (Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas, entre outros), como, por exemplo, os tipos de pesquisas estudadas nos cursos de Comunicação, a problemática do uso de laboratórios e as mudanças curriculares das diferentes áreas.

Na seleção, foram encontrados somente 10 artigos, o que demonstra que a atuação da comunicação nas universidades públicas ainda é um tema incipiente nas pesquisas acadêmicas.

²³ As práticas e os produtos de comunicação não foram definidos a priori neste estudo, porque, como será possível observar ao longo da análise e nas considerações finais, o panorama das pesquisas sobre o tema serviu também para dar orientações sobre a atuação prática da comunicação nas universidades. Delimitar as práticas e os produtos de comunicação na universidade, a partir de conceitos essencialistas sobre um tema tão pouco estudado, impediria uma visão mais ampla em relação às possibilidades da comunicação nas universidades, apresentadas pelas pesquisas selecionadas para este artigo. Portanto, a seleção dos artigos considerou qualquer prática ou produto que estivesse descrito como uma prática de comunicação em universidades públicas federais.

²⁴ Foi excluído também um artigo que tratava sobre universidade de outro país.

Cada um dos artigos foi lido na íntegra, uma primeira vez, com a intenção de selecionar o objeto que estava sendo pesquisado e inferir por qual perspectiva teórico-metodológica a comunicação foi abordada. A leitura sistemática com o objetivo de inferir esse último aspecto deu origem a quatro perspectivas teórico-metodológicas: Comunicação como apoio ao Ensino e/ou Extensão e/ou Pesquisa; Divulgação Científica; Comunicação Organizacional/Institucional e Comunicação Pública.

No eixo Comunicação como apoio ao Ensino e/ou Extensão e/ou Pesquisa, estão incluídos os artigos que versam sobre produtos ou práticas de comunicação que auxiliam o ensino-aprendizado dos discentes das universidades e estão diretamente relacionados às atividades acadêmicas. Em Divulgação Científica, estão os artigos que tratam sobre a comunicação como meio de difusão do saber científico produzido na universidade.

Em Comunicação Organizacional/Institucional, localizam-se os estudos que abordam a atuação dos setores administrativos de comunicação das universidades e/ou os produtos de comunicação que contribuem para a divulgação da imagem da universidade enquanto instituição e/ou reflexões teóricas sobre o tema. Já em Comunicação Pública, estão as pesquisas que abordam a comunicação praticada na universidade como direito de todo cidadão e dever da instituição de prestação de contas com a sociedade.

Após a seleção dos eixos, os artigos foram lidos uma segunda vez com o objetivo de identificar aproximações e distanciamentos entre os objetos e as abordagens das pesquisas. A seguir, serão explicitados os objetos de estudo dos artigos – selecionados na primeira leitura – e a análise de cada um dos estudos, a partir das perspectivas identificadas.

3. A pesquisa sobre comunicação nas universidades públicas: objetos e perspectivas teórico-metodológicas

O levantamento feito indica que a comunicação nas universidades públicas ainda é pouco explorada em estudos acadêmicos. Nas 14 revistas, em 18 anos, somente 10 artigos foram encontrados, conforme já explicitado no tópico de Metodologia. Ao analisar detalhadamente cada um dos estudos, numa segunda leitura, foi possível verificar também que não há uma linha teórica ou metodológica que unifique as discussões. São temas diversos e plurais, com diferentes direcionamentos teóricos e metodológicos.

Quadro 2: Referências, título dos artigos e revista em que estão publicados

(Produzido pela autora)

Referências	Título dos artigos	Revista
AVELAR; LOPEZ; SILVA, 2016	Panorama das webrádios de universidades federais do Sul do Brasil	Estudos em Jornalismo e Mídia
BOARATTI; SIGNATES, 2001	Estado e Comunicação: o caráter público das emissoras estatais. A Rádio Universitária de Goiânia como estudo de caso	Comunicação e Informação
CARMO; PESSONI, 2016	A divulgação científica nas universidades do grande ABC: inovações ou repetições de formatos?	Comunicação e Informação
COLVERO; COMASSETTO; RHODEN, 2016	A integração pelas ondas do rádio: a rede educativa da Universidade Federal do Pampa	Conexão: Comunicação e Cultura
CRUZ, 2007	Comunicação organizacional e pressupostos da comunicação integrada: a experiência em uma universidade na implementação/reestruturação do jornal institucional	Conexão: Comunicação e Cultura
MAFRA, 2016	Diálogo público, instituições científicas e democracia: reflexões sobre a constituição de uma política de comunicação organizacional	Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação
ROCHA, 2006	Suplementos Jornalísticos e Universidade: Informação ou Imagem	E-COMPÓS
VICENTE; VERSUTI, 2015	Rádio educativa e mídias sociais digitais: perspectivas e desafios da fanpage da Rádio Unesp FM	Organicom: Revista Brasileira de Comunicação

		Organizacio nal e Relações Públicas.
VOISIN, 2001	Extensão e Comunicação: anotações para um debate	Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicaçã o
ZUCULOTO et al, 2017	A articulação entre ensino, pesquisa e extensão em radiojornalismo: a experiência da Rádio Ponto UFSC	Estudos em Jornalismo e Mídia

Em relação ao objeto estudado, a maior parte dos estudos selecionados analisam as rádios, as TVs e as webrádios universitárias (VOISIN, 2001; COLVERO; COMASSETTO; RHODEN, 2016; BOARATTI; SIGNATES, 2001; AVELAR; LOPEZ; SILVA, 2016; ZUCULOTO et al, 2017). A pesquisa de Voisin (2001) estuda os veículos de comunicação como ferramentas para viabilizar ações de extensão universitária. Colvero, Comassetto e Rhoden (2016) tem como objeto o projeto de implantação da Rede Educativa da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), analisando a iniciativa da universidade gaúcha e refletindo sobre o ideal de comunicação educativa em uma rádio universitária.

Boaratti e Signates (2001) desenvolvem pesquisa sobre a rádio universitária de Goiânia, suas particularidades históricas, seu funcionamento, além dos conflitos e contradições vividos pelos sujeitos envolvidos na rotina do veículo. Avelar, Lopez e Silva (2016) estudam as webrádios de universidades federais que possuem curso de jornalismo e se localizam na região Sul do Brasil, a partir do levantamento histórico e de funcionamento das emissoras e a relação disso com a atuação nos cursos. Zucoloto et al (2017) escolheu o projeto de extensão Rádio Ponto UFSC (da Universidade Federal de Santa Catarina) como objeto, analisando a atuação do veículo de comunicação no ensino, na pesquisa e na extensão.

Os estudos têm em comum, além do objeto escolhido, a inserção das rádios e das TVs universitárias numa discussão mais ampla que insere os veículos em um projeto ou mostra como esses veículos podem apoiar o ensino, a pesquisa e a extensão na universidade. No entanto, enquanto Colvero, Comassetto e Rhoden (2016), Boaratti e Signates (2001), Avelar,

Lopez e Silva (2016) e Zucoloto et al (2017) fazem essa discussão, partindo de objetos empíricos bem específicos e delimitados - uma rádio específica ou um grupo de rádios de uma região -, Voisin (2001) discute a função dos meios de comunicação nas universidades, a partir de uma pesquisa bibliográfica sobre extensão universitária, sem fazer estudo empírico. Todos os estudos têm abordagens mais históricas, teóricas e reflexivas, não fazendo análises de práticas, rotinas ou conteúdos.

Outras pesquisas têm como objeto as produções dos profissionais de comunicação e/ou setores de comunicação (CRUZ, 2007; VICENTE; VERSUTI, 2015; CARMO; PESSONI, 2016). Cruz (2007) escolhe como objeto a implementação e a reestruturação do jornal institucional de uma universidade no Rio Grande do Sul. Vicente e Versuti (2015) estuda a fanpage da Rádio Unesp FM (da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”), a partir da análise das publicações. Carmo e Pessoni (2016) discutem a presença de divulgação científica, a partir da análise dos sites de três universidades do grande ABC Paulista. As pesquisas de Cruz (2007) e Vicente e Versuti (2015) se aproximam na medida em que estudam produtos produzidos diretamente por profissionais de comunicação. No entanto, o primeiro é mais voltado ao estudos das práticas profissionais, enquanto o segundo foca na análise do conteúdo produzido. Já o estudo de Carmo e Pessoni (2016) leva em consideração ações organizadas também por outros setores das universidades que atuam com divulgação científica.

O estudo de Mafra (2016) traz como objeto uma discussão acerca da Comunicação Pública da Ciência nas instituições científicas e a relação com a Comunicação Organizacional. Tem uma abordagem mais teórica e reflexiva, sem pesquisa empírica, assim como a pesquisa de Voisin (2001). Existe ainda mais um estudo que se diferencia dos demais por abordar comunicação e universidade a partir de publicações externas (ROCHA, 2006). Rocha (2006) tem como objeto de estudo os discursos apresentados sobre a universidade em suplementos jornalísticos de jornais da região Sul do Brasil, que abordam temáticas em que a universidade ou algum de seus atores são personagens principais. A pesquisa foca no estudo do conteúdo das publicações.

A partir da análise dos objetos das pesquisas sobre comunicação e universidades, foi possível identificar a presença de objetos empíricos e teóricos, com uma tendência para as pesquisas empíricas. No grupo de objetos de pesquisa empíricos estão os estudos mais voltados para práticas profissionais, aqueles mais históricos e os estudos que analisam o conteúdo das produções. Entre os objetos teóricos, os estudos apresentam pesquisas

bibliográficas, com reflexões sobre a temática em questão. Nenhum dos artigos estudados escolheu como objeto de estudos os profissionais que atuam nos setores de comunicação, sejam jornalistas, relações públicas, publicitários, entre outros.

Os objetos também apontam para duas grandes tendências nos estudos de comunicação nas universidades: o estudo da comunicação como atividade desenvolvida em uma instituição pública de pesquisa por profissionais contratados para este fim e o estudo da comunicação como parte do ensino-aprendizado dos estudantes. Essas tendências também podem ser observadas na análise das perspectivas teórico-metodológica dos estudos.

Na análise das perspectivas teórico-metodológicas mais utilizadas nas pesquisas sobre comunicação nas universidades públicas foram identificadas quatro áreas de predominância dos estudos. Uma que está relacionada à tendência do estudo da comunicação como parte do ensino-aprendizado dos estudantes - comunicação como apoio ao Ensino e/ou Extensão e/ou Pesquisa (VOISIN, 2001; AVELAR, LOPEZ E SILVA, 2016; ZUCOLOTO et al, 2017) e outras três relacionadas à tendência do estudo da comunicação como atividade desenvolvida em uma instituição pública de pesquisa por profissionais contratados para este fim – divulgação científica (CARMO; PESSONI, 2016), comunicação pública (BOARATTI; SIGNATES, 2001) e comunicação organizacional/institucional (CRUZ, 2007; VICENTE; VERSUTI, 2015; COLVERO; COMASSETTO; RHODEN, 2016; ROCHA, 2006; MAFRA, 2016).

Cada uma das perspectivas será detalhada a seguir.

a) Comunicação como apoio ao Ensino e/ou Extensão e/ou Pesquisa

As universidades públicas federais brasileiras estão alicerçadas no princípio da indissociabilidade do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, de acordo com o art. 207 da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988). Portanto, as atividades desenvolvidas nas universidades têm como objetivo desenvolver esse tripé, até mesmo aquelas atividades mais direcionadas às práticas administrativas precisam trabalhar para o cumprimento do princípio constitucional. Conseqüentemente, na universidade, as práticas de comunicação podem servir de apoio ao Ensino, à Pesquisa e à Extensão, conforme apontam as pesquisas de Voisin (2001), Avelar, Lopez e Silva (2016) e Zucoloto et al (2017).

Os estudos de Voisin (2001) e Zucoloto et al (2017) aproximam-se na medida em que focam na extensão universitária. De acordo com Voisin (2001), todos os veículos de comunicação das universidades - rádios, TVs, jornais, revistas, livros, publicações impressas

diversas e sites – promovem “a extensão da produção universitária à sociedade através dos diversos suportes, favorecendo o intercâmbio entre atores acadêmicos e comunidade” (VOISIN, 2001, pág. 3). No entanto, há uma diferença entre as pesquisas já que Voisin (2001) aborda somente a extensão universitária e Zucoloto et al (2017) trata sobre a extensão universitária a partir de uma perspectiva de articulação com o ensino e a pesquisa.

A pesquisa de Avelar, Lopez e Silva (2016), ao abordar as webrádios ligadas aos cursos de jornalismo na região Sul, difere dos demais estudos, pois orienta teoricamente o trabalho para a abordagem dos veículos a partir de uma perspectiva do ensino de graduação e da comunicação educativa. Segundo as autoras, as webrádios surgiram para contribuir com o ensino dos estudantes de Jornalismo, a fim de que os cursos formem cidadãos críticos e não ‘apertadores de botões’, e com a formação da sociedade em geral. “Todavia, para que tal fato se concretize, faz-se necessário fortalecer os meios de comunicação vinculados à academia para que eles se tornem referências de credibilidade e isenção na sociedade” (AVELAR; LOPEZ; SILVA, 2016, p. 106).

No percurso metodológico, todos os estudos partem de referência teórico e histórico para, em seguida, fazer uma análise do objeto da pesquisa. Enquanto Voisin (2001) e Zucoloto et al (2017) se assemelham no uso de teorias sobre extensão, Avelar, Lopez e Silva (2016) traz como aporte teórico com base discussões sobre rádio e gênero educativo. Os estudos concluem que a atuação das universidades públicas federais em comunicação na extensão ainda é muito instável e tímida (VOISIN, 2001) e que as ações de comunicação podem construir integração entre o ensino, a pesquisa e a extensão, tanto para os discentes como para os docentes (ZUCOLOTO et al, 2017). Além disso, os produtos comunicativos desenvolvidos pelos estudantes são potenciais instrumentos para se construir uma sociedade democrática e livre (AVELAR, LOPEZ e SILVA, 2016).

b) Divulgação Científica

Outra perspectiva teórica-metodológica encontrada nos artigos selecionados é a Divulgação Científica (CARMO; PESSONI, 2016). Os autores consideram a divulgação científica como uma atividade que pretende transmitir “os conhecimentos científicos e tecnológicos à população para que essa possa utilizá-los nas suas atividades cotidianas e tomadas de decisão acerca da família, da comunidade ou da sociedade como um todo”

(CARMO; PESSONI, 2016, p. 88). As universidades, conforme os pesquisadores, como instituições geradoras de conhecimento e de incentivo à pesquisa, devem ser responsáveis pelo fortalecimento da cultura da divulgação científica.

Na pesquisa, apontam que a divulgação científica é um importante instrumento para a fortalecer a cultura científica nas universidades e não inclui só os jornais, revistas, rádio, TV, portais, mas também livros didáticos, palestras, histórias em quadrinhos, campanhas publicitárias ou de educação, espetáculos de teatro com a temática de ciência e tecnologia. Além disso, indicam que há dois modelos de divulgação científica: o primeiro mais vertical e unilateral, em que o especialista fala e público leigo escuta, e o segundo mais democrático e aberto ao diálogo, com o receptor ativo no processo. “Levar ciência para o cotidiano das pessoas (...) é levar em consideração que ele tem um conhecimento prévio de algo e uma história que pode servir de contexto para o recebimento de informações científicas e essas contribuïrem para o seu cotidiano” (CARMO; PESSONI, 2016, p. 92).

A metodologia da pesquisa envolveu revisão bibliográfica de temas relacionados à divulgação científica e cultura científica, análise documental dos sites das universidades do ABC Paulista e entrevistas com profissionais responsáveis pela área de divulgação científica das universidades – em algumas universidades esta área faz parte da Pró-reitoria de Pesquisa e em outras do setor de comunicação. O estudo conclui que a cultura de divulgação científica ainda é frágil nas universidades. Apesar de todas demonstrarem interesse em desenvolver, nenhuma das instituições possuía um fluxo de comunicação para divulgação científica, à época da realização da pesquisa.

c) Comunicação Organizacional/Institucional

A perspectiva teórico-metodológica da comunicação organizacional/institucional está relacionada às pesquisas que consideram a comunicação como um instrumento que é parte da rotina da organização e serve para alcançar objetivos institucionais, tais como a relação com os públicos e/ou a sociedade (VICENTE; VERSUTI, 2015; COLVERO; COMASSETTO; RHODEN, 2016; MAFRA, 2016) ou os aspectos relacionados à imagem da instituição (CRUZ, 2007; ROCHA, 2006).

As pesquisas apresentam, sob diferentes perspectivas, novos paradigmas aplicados aos estudos organizacionais e estratégicos. Esses paradigmas apontam que “as organizações precisam estabelecer relações e modelos de gestão contemporâneos que contemplem a visão sistêmica e relacional dos processos administrativos e da dinâmica institucional (CRUZ,

2007). Por isso, não se discute comunicação sem falar sobre a importância da cultura organizacional para a construção da comunicação no âmbito das organizações, sob pena de fazer interpretações de forma fragmentada, desconsiderando a visão sistêmica. A cultura organizacional, portanto, constitui-se “no elemento norteador das organizações, pois orienta os comportamentos dos indivíduos que passam, então, a conviver em uma unidade de sociedade empresarial específica, repleta de construções/desconstruções das relações sociais” (CRUZ, 2007, pág. 195).

Cruz (2007) define cultura organizacional como um “conjunto de crenças e valores específicos de uma determinada organização, traduzido por hábitos, mitos, ritos, tabus, mentalidade da organização, estilo de direção, comportamentos, criações, rompimentos e recodificações” (CRUZ, 2007, p. 195). São os aspectos, formais ou informais, que constroem a identidade de uma organização e a torna única, diante de outras. Para Mafra (2016), essa cultura organizacional, nas instituições científicas, está permeada pela pluralidade de visões, típica da construção do conhecimento científico, e de necessidade de uma abertura ao diálogo público, demanda da accountability (prestação de contas) que coloca sobre as universidades a responsabilidade de dar justificativas públicas do papel que têm desempenhado socialmente, com recursos públicos.

Ao tratar sobre comunicação organizacional/institucional, há pesquisas que se assemelham na perspectiva de pensar a comunicação organizacional dentro das universidades a partir dos públicos envolvidos, priorizando o diálogo mais aberto e democrático com esses públicos. No estudo de Vicente e Versuti (2015), a partir da análise das postagens na fanpage da Rádio Unesp FM, são defendidas as ideias de contato direto e aberto com os públicos, já que se trata de uma rádio pública e educativa. Colvero, Comassetto e Rhoden (2016), ao apresentar a proposta de implantação da Rede Educativa de Rádios da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), prevê a importância da relação entre a rádio e a comunidade local para o desenvolvimento da educação e da cultura da região. Mafra (2016) também ressalta a importância do relacionamento com os públicos, mas na perspectiva teórica de relacionar a comunicação organizacional com a comunicação pública da ciência, propondo um tipo de comunicação pautada nos processos dialógicos, públicos e reflexivos nas organizações científicas.

Cruz (2007) e Rocha (2006) se diferem das demais pesquisas por focarem os estudos de aspectos relacionados à imagem da instituição. Ainda assim há diferença entre as duas. Enquanto o estudo de Cruz (2007) analisa a eficácia de um jornal institucional, na efetivação

ou não da comunicação institucional, a pesquisa de Rocha (2006) faz um estudo da relação entre a universidade e a mídia, a partir da análise da representação de universidades gaúchas em suplementos de jornais da região Sul. A pesquisa aponta para o modo como as instituições universitárias buscam legitimidade de seu mundo, e conseqüentemente fortalecimento da imagem institucional, através de discursividades jornalísticas.

O percurso metodológico dos estudos consistiu em discussões teóricas sobre a temática em questão e, num segundo momento, em análise empírica do objeto. Apenas o estudo de Mafra (2016) se diferenciou por apresentar uma discussão teórica, sem análise empírica, acerca da relação entre a comunicação organizacional e a comunicação pública da ciência.

As pesquisas apontam problemas na forma de atuação da comunicação nas instituições de ensino superior, como a presença ainda incipiente nas redes sociais, já que não é necessário estar somente presente, mas ativo e receptivo ao processo dialógico (VICENTE; VERSUTI, 2015) e a dificuldade de compreender a comunicação organizacional, que é praticada de forma fragmentada e incompleta, por falta de um planejamento estratégico de comunicação organizacional (CRUZ, 2007). Há crítica também à falta de abertura ao diálogo público (MAFRA, 2016), apesar de já ter havido relativa abertura, diante do contexto contemporâneo tenso e controverso, em que estão inseridas as instituições científicas, com demanda por interlocução pública que a sociedade cobra dos ambientes científicos.

d) Comunicação Pública

Outra perspectiva encontrada nos estudos foi a pesquisa sobre comunicação, a partir de conceitos relacionados à comunicação pública em contraste com a estatal (BOARATTI; SIGNATES, 2001). Para definir a comunicação na esfera pública, os autores apontam contradições no surgimento da dicotomia de público/privado, que transformou tudo aquilo que é publicizado e visível no conceito de público, despotilizando-o. “A noção de público, definida como visibilidade e discutibilidade das questões políticas e sociais relevantes, perde sua força com o surgimento das sociedades nas quais a comunicação se institucionaliza. (BOARATTI; SIGNATES, 2001, p. 145).

A partir de um estudo de caso da Rádio Universitária de Goiânia, a pesquisa aponta que não é a relação estatal que vai garantir o caráter público de uma emissora. “No âmbito do funcionamento das instituições estatais de comunicação social, a natureza jurídica de seu estatuto institucional é condição insuficiente para determinar a sua natureza pública

(BOARATTI; SIGNATES, 2001, p. 154). Conforme os pesquisadores, apesar das garantias institucionais favorecerem a consideração de um interesse público, vinculado a ações de mais longo prazo, desencadeiam também contradições, que aparecem na forma do corporativismo, das lutas de poder, cujas origens estão geralmente em interesses privados das pessoas envolvidas.

A metodologia da pesquisa, além do estudo de caso, considerou também pesquisa bibliográfica sobre os conceitos de público e privado. Como resultado, o estudo mostrou a necessidade de se repensar o conceito de público, quando aplicado à institucionalização e ao funcionamento das organizações de comunicação, sejam estatais ou privadas²⁵. No caso das emissoras estatais, como as rádios universitárias, os autores sugerem a desconexão teórico-conceitual entre público e estatal para, em seguida, reconhecer as contradições que aparecem no funcionamento prático dessas organizações, conferindo um novo sentido ao caráter público que se quer dessas instituições.

4. Considerações finais

As pesquisas que tratam sobre a interface entre comunicação e universidade não seguem uma tendência única, como foi possível observar nos tópicos acima. No entanto, por meio do levantamento, foi possível perceber tendências e preferências na escolha dos estudos realizados nos últimos anos. Há uma predominância das pesquisas empíricas que estudam rádios, webrádios, TVs universitárias e a produção dos profissionais e/ou dos setores de comunicação das universidades. Em relação ao viés teórico-metodológico, existe um predomínio das pesquisas que situam a comunicação no campo da comunicação organizacional/institucional ou como instrumento de apoio para as atividades de pesquisa, ensino e/ou extensão.

Em relação à quantidade, os estudos ainda são incipientes. No entanto, a escassez de reflexões sobre o tema, apesar de demonstrar um déficit de pesquisas na área, também aponta para a possibilidade de lançar o olhar para novos temas e estudos que se proponham a analisar de que forma a comunicação se insere na universidade, não só observando questões administrativas de um setor exclusivo, mas também iniciativas acadêmicas. Uma outra abordagem de pesquisa, como o presente estudo, seria analisar de que maneira ocorre a negociação da identidade dos profissionais jornalistas (ou mesmo os demais profissionais da

²⁵ Mesmo privadas, as organizações que oferecem serviço de rádio e TV, por exemplo, estão disponibilizando um serviço público e ocupam um espaço público (o espectro), administrado pelo Estado

comunicação) que atuam com comunicação nas universidades e enfrentam diariamente conflitos na rotina de trabalho, devido ao caráter plural da instituição em que estão inseridos.

Há a possibilidade de estudos sobre as rotinas de produção dos setores de comunicação, das TVs ou rádios universitárias. Estudos de recepção com os públicos que compõem a comunidade acadêmica também podem ser feitos. Existe ainda espaço para pesquisas sobre práticas de comunicação que contribuam para a divulgação científica. Há também a necessidade de ampliar as reflexões teóricas em torno da natureza das práticas de comunicação num ambiente como a universidade, complexo e heterogêneo, composto por diferentes culturas profissionais. Todas essas perspectivas podem ser estudadas por meio de diferentes abordagens teórico-metodológicas, abrindo espaço para uma reflexão ampla sobre a comunicação no ambiente universitário.

Além de apontar tendências e novas perspectivas, o levantamento das pesquisas contribuiu para identificar o caráter dialético da atuação da comunicação nas universidades, que, além de precisar lidar cotidianamente com a influência de diferentes culturas profissionais, oscila entre princípios que podem ser contraditórios. De um lado, atua no fortalecimento da formação universitária e cidadã, na difusão do conhecimento científico, na prestação pública de contas, na mobilização de atividades plurais e democráticas. Por outro lado, trabalha na divulgação de serviços, na preservação de uma identidade e de uma imagem organizacional, no modelo de gestão mais voltado para práticas empresariais. Ou seja, ao mesmo tempo em que precisa atuar em prol da comunidade acadêmica e da sociedade em geral, de forma democrática, trabalha levando em consideração a prestação de serviços e a imagem da instituição, tal qual as organizações que estão dentro de um contexto capitalista e mercadológico. Dessa forma, confirma o cenário de múltiplos pertencimentos no qual a universidade está inserida, e a atuação da comunicação expressa isso.

REFERÊNCIAS

AVELAR, Kamilla Morando; LOPEZ, Debora Cristina; SILVA, Luana Viana e. Panorama das webrádios de universidades federais do Sul do Brasil. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 13, n. 2, p.98-108, jul-dez 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n2p98>>. Acesso em: 26 mar. 2018.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. A comunicação na universidade: identidade, legitimidade e territorialidade na cena da nova ordem tecnocultural. **XXIV Congresso**

Brasileiro da Comunicação. Campo Grande, p. 1-14. set. 2001. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP5BARICHELLO.PDF>>. Acesso em: 7 maio 2018.

BOARATTI, Márcia; SIGNATES, Luiz. Estado e Comunicação: o caráter público das emissoras estatais. A Rádio Universitária de Goiânia como estudo de caso. **Comunicação e Informação**, Goiânia, v. 4, n. 1/2, p.143-158, jan-dez 2001. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/24028>>. Acesso em: 7 mai 2018.

BRASIL. Constituição. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 27 set 2018

CARMO, Vanessa Aparecida do; PESSONI, Arquimedes. A divulgação científica nas universidades do grande ABC: inovações ou repetições de formatos?. **Comunicação & Informação**, [s.l.], v. 19, n. 1, p.87-104, 11 out. 2016. Universidade Federal de Goiás. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5216/ci.v19i1.36973>>. Acesso em: 2 maio 2018.

COLVERO, Ronaldo Bernardino; COMASSETTO, Leandro Ramires; RHODEN, Valmor. A integração pelas ondas do rádio: a rede educativa da Universidade Federal do Pampa. **Conexão: Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 15, n. 29, p.21-40, jan/jun 2016. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/3757>>. Acesso em: 2 maio 2018.

CRUZ, Cassiana Maris Lima. Comunicação organizacional e pressupostos da comunicação integrada: a experiência em uma universidade na implementação/reestruturação do jornal institucional. **Conexão: Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 6, n. 11, p.193-209, jan/jun 2007. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/199/190>>. Acesso em: 5 maio 2018.

MAFRA, Rennan Lanna Martins. Diálogo público, instituições científicas e democracia: reflexões sobre a constituição de uma política de comunicação organizacional. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, [s.l.], v. 39, n. 2, p.161-174, ago. 2016. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1809-58442016211>>. Acesso em: 5 maio 2018.

PINTO, Teresa Augusta Ruão Correia. **A Comunicação Organizacional e os Fenômenos de Identidade:** a aventura comunicativa da formação Universidade do Minho, 1974-2006. 2008. 526 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação – Teorias da Comunicação e da Informação, Universidade do Minho, Braga, 2008.

ROCHA, Sibila. Suplementos Jornalísticos e Universidade: Informação ou Imagem. **E-compós**, [s.l.], v. 7, p.1-13, dez. 2006. E-compos. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.30962/ec.v7i0.120>>. Acesso em: 2 maio 2018.

VICENTE, Maximiliano Martin; VERSUTI, Christiane Delmondes. Rádio educativa e mídias sociais digitais: perspectivas e desafios da fanpage da Rádio Unesp FM. **Organicom**, [s.l.], v. 12, n. 22, p.145-160, 16 jun. 2015. Universidade de Sao Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2015.139274>>. Acesso em: 2 maio 2018.

VOISIN, Jane. Extensão e Comunicação: anotações para um debate. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 24, n. 2, p.1-7, jul/dez 2001. Disponível em:

<<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/457/426>>.

Acesso em: 2 maio 2018.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer et al. A articulação entre ensino, pesquisa e extensão em radiojornalismo: a experiência da Rádio Ponto UFSC. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 2, p.101-112, jul-dez 2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n2p101>>.

Acesso em: 26 mar. 2018.