



## **Performance discursiva dos conceitos centrais da comunicação científica<sup>1</sup>**

Antônio Luiz Oliveira Heberlê<sup>2</sup>  
Sadi Macedo Sapper  
Fernando de Oliveira Vieira

### **Resumo**

Este estudo busca apresentar, discutir e avaliar conceitos básicos relativos às operações de comunicação da ciência em duas universidades e uma agência envolvida com a geração de ciência e tecnologia em Pelotas-RS. As ações tem sido nominadas como de extensão, comunicação, informação, transferência de tecnologia, etc e funcionam articuladas ou referenciadas nas práticas de geração do conhecimento. A proposta é de, pragmaticamente, observar como esses discursos funcionam ao serem apresentados publicamente, dentro do esforço organizacional das instituições envolvidas com a geração do conhecimento. A análise busca os aspectos lógicos, com base na semiótica (análise de sentido dos textos). Observa-se uma estranha homologia discursiva, o que denota e também reforça o uso indiscriminado dos conceitos na formatação dos textos. Faz crer que o texto é algo acessório, que tem apenas aspectos formais e neste caso funcionais. Enfim, o que aparece no plano simbólico dos discursos são as aparências ou performances discursivas.

### **Palavras-chave**

Comunicação; Transferência; Difusão; Divulgação; Intercâmbio; Ciência

### **1. O campo de estudo**

As operações discursivas são demarcadas e demarcam o território onde transitam. Por isso, é neste espaço, que também é por excelência um espaço social de apresentação, que o trabalho busca elementos para discutir e analisar pragmaticamente os conceitos sobre as ações geralmente descritas como de comunicação, informação, difusão, extensão, transferência e intercâmbio nas agendas públicas de desenvolvimento científico e tecnológico. A proposta é de se observar determinados comportamentos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação Científica.

<sup>2</sup>-Antonio Heberlê é jornalista, professor da Escola de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas, Pesquisador da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária- Embrapa, vinculado à Embrapa Clima Temperado, em Pelotas- RS, fone (53) 32758113, [heberle@cpact.embrapa.br](mailto:heberle@cpact.embrapa.br).

-Sadi Macedo Sapper é jornalista e advogado, professor da Escola de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas e jornalista da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa, vinculado à Embrapa Clima Temperado, em Pelotas- RS, fone (53) 32758113, [sadi@cpact.embrapa.br](mailto:sadi@cpact.embrapa.br).

-Fernando de Oliveira Vieira é publicitário, professor da Universidade Católica de Pelotas e funcionário da Universidade Federal de Pelotas, fone (53) 32252270, [fernando@fernovi.com.br](mailto:fernando@fernovi.com.br).



discursivos que sustentam as políticas de comunicação da ciência e tecnologia em uma universidade pública (UFPel), uma universidade comunitária (UCPel) e e uma agência de pesquisa e desenvolvimento (Embrapa). Enfim, a idéia é de analisar de que forma as ações descritas nas agendas de comunicação para a transferência de tecnologia se articulam no plano discursivo.

Identifica-se, com relação aos processos de comunicação que se estabelecem entre as agências que trabalham no desenvolvimento científico e tecnológico e a sociedade, uma série de fatores que podem ou não favorecer a compreensão das suas atividades de geração e de transferência. Por isso, o estudo trata de entender o que significa falar dos conceitos que fazem parte dos discursos presentes nas instituições científicas e de ensino e pesquisa.

A semiótica nos mostra que cada segmento, em função das peculiaridades de contexto, trata denotativamente das coisas de forma inseparável do significado do conceito geral. Por outro lado, conotativamente, não se percebe da mesma forma, já que as pessoas realizam interpretações peculiares e a semiose é rica justamente por permitir essa diversidade. A existência, na região de Pelotas, de instituições de ensino e pesquisa, com larga tradição nestas atividades, propicia um campo interessante de estudo da questão.

Uma das áreas que mais se constringe com a realidade onde se expressam os conceitos é a que emana discursivamente da ciência, onde os conceitos, as formulações e conseqüentemente a própria temporalidade, fazem parte necessária das suas rotinas produtivas. Além disso, não se está tratando de algo que possa ser congelado, pois em sua operacionalidade a ciência está continuamente produzindo novos conceitos, ao apresentar novas proposições e descobertas.

Por isso é que o ideal para o rigor da ciência é que cada conceito tivesse um único e exato significado, pois assim as referências aos procedimentos e operações da ciência seriam facilitadas. Porém, a aceção e o uso corrente dos conceitos é algo que não tem controle na semiose infinita. Eles (os conceitos) são livres e sofrem mutações (interpretantes) e atualizações no momento mesmo em que são compartilhados, enquanto objetos imediatos dos discursos públicos. Peirce nos adverte que “todo símbolo é uma coisa viva, num sentido muito estrito que não é apenas figura de retórica” (Peirce, 2000, p.40).

Esse caráter existencial dos conceitos é importante para a geração de sentidos emanados pela ciência. Ainda que reguladas pelas suas próprias operações, a



informação científica e a sua divulgação fazem parte de uma ordem, inspirando sempre uma ação articulada, dada a estreita relação entre os objetivos sociais da ciência e da comunicação.

Do ponto de vista público essas marcas competitivas não são evidentes, em função da natureza de tais operações. Por isso, são muitas as classificações que demarcam as fases de desenvolvimento e o uso dos recursos da comunicação, dependendo do lugar de onde se vê a questão. A partir da visão pública, no Brasil o estudo mais conhecido é o de Bordenave (1983), que aponta fases distintas a partir da década de 1950: Modelo de Difusão; Modelo de Pacotes; Modelo de Inovação Induzida pelo Mercado; Modelo de Organização/Participação e Modelo de Transformação Estrutural.

No chamado difusionismo, a gênese da comunicação da ciência e mais precisamente da sua vulgarização não é marcada por uma exemplar iniciativa, mas por fatores dispersos, como o que remete para o início dos anos 50, nos Estados Unidos (EUA), que combinou estratégias geopolíticas de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) agrícola, com a adoção de tecnologias de alto impacto no setor, suportado por um forte componente comunicacional. O fato marcante deste período é a discussão central sobre transferência de resultados científicos, especialmente os originários da área agrária, dada a implementação do modelo tecnológico funcional utilizado para fomentar a agricultura de escala comercial praticada nos estados norte-americanos. Tais condicionamentos geopolíticos são caracterizados pela meta de produzir cada vez mais alimentos para sustentar a independência do abastecimento interno e garantir a estabilidade política, âncora que fomentou a chamada revolução verde.

Acopladas de forma estratégica ao movimento tecnológico, estavam as modelagens comunicacionais que, assim, compunham uma equação funcional-produtivista. Em tais teorizações aparecem com destaque os trabalhos liderados por Everett Rogers (1962:30), que entendia que “a essência do processo de difusão é a interação humana na qual uma pessoa comunica uma nova idéia a outra”. O objetivo inicial do modelo seria a modernização rural por meio de um processo linear que começava na pesquisa, passava pela extensão e terminava no agricultor.

Apoiados pela matriz norte-americana, mas ainda como parte da pretendida estabilidade geopolítica no ocidente, os governos dos países periféricos (entre os quais o Brasil), foram induzidos a adotar tanto as chamadas técnicas modernas, quanto o modo de fazer sua difusão. Na época, o termo utilizado foi justamente, “difusão” de tecnologias. É assim que as décadas de 60 e 70 foram férteis na multiplicação do



difusionismo, especialmente nos países periféricos do ocidente, então em lento processo de desenvolvimento, tendo suas economias fortemente ancoradas pela produção primária.

Toda a primeira fase da extensão rural brasileira se baseia no modelo funcional-difusionista. Trata-se de uma formatação guarnecida pela idéia de “estender” conhecimentos, de alguém (um técnico) que o domina para outro (agricultor) que “carece” de formação. Na verdade não existe somente um, mas vários modelos ou mutações do modelo de difusão, pois com o tempo passou a se chamar modelo de pacotes e depois de inovação induzida pelo mercado, conforme explica Bordenave (1983).

Paulo Freire, em seu livro *Extensão ou Comunicação?* (1977) pergunta justamente sobre a idéia subjacente em considerar o receptor como “depósito”. Sua crítica é aguda ao sistema que opera na lógica linear, sem considerar as noções e aprendizados dos próprios agricultores “objetos” das campanhas. Foi assim que aos poucos as observações e previsões de Freire foram se concretizando. A proposta funcionalista continua a ser profundamente questionada por diferentes autores, que pregam a necessidade de revisar criticamente os objetivos da comunicação.

O próprio Rogers (1995) ao revisar sua obra clássica parece ter ouvido os questionamentos de Freire (1977), Bordenave (1983) e outros pesquisadores, pois reconheceu que uma série de questões estruturais influi no processo de adoção de uma técnica, o que inicialmente não havia previsto.

Por outro lado, as idéias a respeito de transferência estão vinculadas à divulgação da ciência e tecnologia (C&T), compondo esforços institucionais, geralmente ligadas às estratégias de desenvolvimento. A fase é descrita originalmente por Bordenave (1983) como de organização/participação e demarcada pelo esforço dos governos em assumir os seus processos de desenvolvimento, ao tempo em que buscavam a superação à modelagem difusionista. A idéia de transferência de tecnologias aparece na metade da década de 70, quando os estados incluem em seus planos de desenvolvimento uma maior autonomia no processo tecnológico, com reflexos nas operações dos processos comunicacionais.

O objetivo (político), foi de fazer com que produtos ou tecnologias geradas nos laboratórios, adotados como referencial em instituições de assistência técnica e colocados para comercialização, fossem conhecidos, compreendidos e fizessem parte do universo de conhecimento dos usuários, pressupondo sua possível adoção e uso no sistema produtivo, como maneira

de gerar o desenvolvimento e o crescimento financeiro dos envolvidos (Heberlé, 2005).

Assessorias de imprensa, Departamentos de Comunicação, Relações Públicas e Marketing, foram estruturados e incorporados (especialmente a partir da década de 90) ao organograma institucional. Neste cenário surgiram e se estruturaram as propostas de comunicação institucional, mais tarde consolidadas em políticas de comunicação empresarial, que passam a regular a ação comunicativa interna e externamente. Hoje, grande parte das instituições que geram C&T tem suas políticas inseridas no topo da ação finalística, como “estratégicas gerenciais”, a exemplo do que acontece, desde 1996, na Embrapa, considerada a maior instituição de pesquisa agropecuária do Cone Sul, com dois mil pesquisadores.

Este contexto leva a outro, em que a comunicação institucional passa de coadjuvante à participação central nos processos, dada a valorização das suas práticas. Passa-se a valorizar o fenômeno midiático. Tal interação foi se estruturando concomitantemente nas etapas difusionistas e de transferência. Pode-se falar de um contexto em que o funcionamento da mídia passa a ser decisivo no processo de divulgação de tecnologias para a sociedade (Sapper, 2003, p.111).

Acontece um certo descobrimento do rural enquanto espaço mercadológico. Simbolizando esse movimento, em 1980 o governo do estado de Minas Gerais cria a Rádio Guarani Rural, enquanto a Rede Globo de Televisão, depois de pesquisas que mostravam o poder do mercado rural, lança o Globo Rural. De repente as mídias se voltam para as oportunidades e o marketing rural passa a ser decisivo para as metas das instituições ligadas ao setor (Oliveira, 1999, p.155).

A mídia, entretanto, sobrevive da espetacularização das diferentes áreas do conhecimento e, naturalmente, aproveita o interesse que sempre aguça na sociedade a pauta sobre ciência e tecnologia. Ela (a ciência) é sempre bem-vinda às redações, mas não foge à lógica de construção da notícia (fragmentação, atomização e por vezes descontextualização da informação). Como se pode antever, um problema para os conceitos científicos.

Para a ciência competitiva deve-se considerar, dentre os diversos interesses, que a informação originária das empresas, no jogo comercial, está carregada de ideologia e controle sobre as ações midiáticas e vice-versa. Por vezes, são adotadas posturas falsamente reativas, diante da possibilidade de perda da imagem empresarial. Mas é preciso ficar claro que, enquanto gênero, a informação que migra para a mídia no



contexto comercial, atende outros pressupostos, ao se inscreverem nas estratégias de marketing e, desta forma, mais ligadas à publicidade.

Ou seja, as informações básicas sobre os procedimentos científicos e tecnológicos são, geralmente, de domínio restrito, até mesmo em função do uso de códigos específicos a cada área do conhecimento. Por isso, ao ser preparada para divulgação, a informação necessita de adequação nesta operação de substituição sónica, o que também envolve uma redução, a fim de se adequar aos requisitos da vulgarização (HEBERLÊ, 2004, p.102).

Enfim, os estudos sobre comunicação para transferência têm-se, em geral, ao uso de metodologias e instrumentos por parte das instituições públicas ou privadas, aos seus potenciais usuários. O objetivo, em geral, é fazer com que produtos ou tecnologias geradas nos laboratórios, adotados como referencial em instituições de assistência técnica e colocados para comercialização, sejam conhecidos, compreendidos e façam parte do universo de conhecimento dos usuários, pressupondo sua possível adoção e uso no sistema produtivo, como maneira de gerar o desenvolvimento e o crescimento financeiro dos envolvidos.

Assim, é preciso compreender esses contextos dos paradigmas funcionalistas que sustentam a transferência de tecnologia nas instituições. Acredita-se que há uma continuidade do modelo difusionista nas instituições de C&T, o que está expresso em suas políticas atuais mas também no exercício da prática efetuada em suas diferentes unidades geradoras de resultados de pesquisa.

## **2. Procedimentos metodológicos:**

Trata-se de uma análise pragmática, relativa à significação dos discursos presentes nas eventuais políticas de comunicação e de gestão das organizações, seus documentos oficiais. A análise pragmática dos discursos tem por base a semiótica, que busca interpretar os diferentes comportamentos dos diferentes processos da vida prática. Neste caso, trata-se de verificar o funcionamento discursivo da vida de uma instituição. Busca-se compreender como se apresentam os conceitos, que são essencialmente simbólicos em sua expressão com a sociedade, já que a natureza dos sentidos que instituições podem produzir é quase sempre argumentativa. “Por isso mesmo, instituições produzem discursos através dos quais elas são interpretadas” (Santaella, 2002, p.149).



O propósito é compreender a geração dos sentidos a partir do que é apresentado na esfera discursiva dos documentos públicos, dispostos nos sites das empresas. Trata-se de uma análise da significação, no amplo contexto da produção de sentidos. A linguagem faz parte de uma continuidade, não está isolada. Para compreender essa noção, Peirce elaborou o princípio da continuidade ou sinequismo. Para ele não há uma separação entre mente e matéria, assim como não há separação entre o discurso e o real. Ou seja, não há um real produzido, construído, inventado pelas palavras, sem uma ligação com as coisas existentes, plausíveis.

Para caracterizar o movimento das manifestações discursivas sobre a ciência, optamos pelo foco em três discursos públicos sobre as ações de transferência de tecnologia, demarcadas nas ações de pesquisa e extensão de duas universidades (UFPEL e UCPel) e de uma agência de pesquisa (Embrapa Clima Temperado). Partimos da idéia que é pelos discursos que os atores sociais se manifestam, obedecendo as regras dos seus enunciadores. Sem dúvidas, tais discursos atendem aos mais diferentes interesses (políticos, econômicos, sociais, culturais, ideológicos, etc). Os posicionamentos, como vimos anteriormente, são formas de manter as pressões e fomentar os embates. Por isso mesmo, são essencialmente performáticos, no sentido de desempenharem um papel de defesa e sustentação do segmento que representam e por vezes não-empáticos ou mesmo antagônicos com as idéias de outros campos e atores sociais.

Cumpre-nos advertir que, em função de não existir roteiros prontos ou rotinas pré-definidas para a análise prática de materiais de pesquisa com base na semiótica, os conceitos utilizados neste estudo funcionam no estrito objetivo de iluminar aquilo que está sendo analisado e não para exercitar ou reforçar os valores dos procedimentos da própria teoria. Por isso, algumas análises estarão mais próximas do arcabouço teórico pragmático, enquanto em outros momentos pode acontecer um uso mais livre dos conceitos.

Devemos considerar sempre que esta não é uma análise que pretende ser exclusiva ou completa sobre o objeto. Parte-se consciente de que se fala de um lugar que também é um lugar semiótico. Um lugar de análise que parte de uma proposta epistemológica que se propõe a interpretações específicas.

### **3. Análise dos materiais:**

#### **3.1. Universidade Católica de Pelotas**



Na Universidade Católica de Pelotas, o esboço de sua política de pesquisa está inscrita sob o título “ A pesquisa na UCPEL” onde mostra como opera a sua ação investigativa, conforme consta em sua página na internet ([www.ucpel.tche.br](http://www.ucpel.tche.br)).

Na UCPEL, o desenvolvimento de pesquisas, enriquece, atualiza e amplia a formação de alunos que se destacam por seu espírito científico, mediante sua inserção em programas de bolsas de iniciação científica, preparando-os de modo especial, para o ingresso em cursos de pós-graduação. A pesquisa é, ainda, o meio mais eficaz de fomento às ações interinstitucionais, possibilitando o estabelecimento e a manutenção de intercâmbios da Universidade com outras instituições, seja de ensino ou de outra natureza (UCPEL, site, 29/05/2007).

Observa-se o uso da frase “...o estabelecimento e a manutenção de intercâmbios da Universidade com outras instituições”. Ou seja o aspecto denotativo da sentença infere, ou sugere, a perspectiva que vai desta (da) universidade para (com) as outras agências. São ações de intercâmbio da universidade em direção aos demais agentes, o que de certa forma conflita com a noção elementar do vocábulo intercâmbio, como algo efetivamente aberto à interação.

Da mesma forma, estão presentes na chamada política de extensão, diferentes marcas textuais que permitem compreender como a universidade se propõe a interagir com a comunidade.

Preocupada em seguir a sua Missão, a UCPEL tem como marca característica, ao longo de sua história, a inserção comunitária na região sul do estado, particularmente por meio de ações de caráter extensionista, que concretizam o seu compromisso social, colocando a ciência a serviço do desenvolvimento humano e social. As ações extensionistas contribuem de modo direto para o desenvolvimento institucional e comunitário norteadas por princípios que buscam: (...) - a difusão dos resultados de pesquisa; (UCPEL, site, 29/05/2007).

Destacamos dois segmentos de texto da apresentação da política de extensão que demarcam as noções a que correspondem. Primeiro o chamado “caráter extensionista que concretizam o seu compromisso social”. Há um indicativo, algo da ordem da secundidade que infere à extensão uma espécie de garantia de atendimento ao “compromisso social” da universidade. Para a compreensão da natureza desta operação, haveríamos de perguntar o que está contido no vocábulo “extensão”. Poderia ser algo dialético, talvez mais avançado do que “estender”, o que foi em tempo remoto discutido e criticado por Paulo Freire, em seu livro “Comunicação ou Extensão ?”, de 1974, ou não.



Então o que permite perceber que noção de “extensão” é efetivamente interposta no discurso se configura num dos itens dos princípios que norteiam esta ação, quando diz que, entre outros, eles buscam a “difusão dos resultados de pesquisa”. Ou seja, a extensão da universidade está envolvida com o processo de “difusão”. Se o clássico termo “extensão” está envolto numa nebulosa perspectiva histórica, o mesmo se pode dizer do seu congênere “difusão”, como já mostramos neste artigo. São termos surrados pela ação teórica (mas também de ordem prática) que as universidades, talvez na falta de outros, acabam inserindo em seus discursos. Seja porque as suas práticas são mesmo “difusionistas”, seja porque não encontram outra forma de referir o processo, talvez diferente, hoje praticado pelas instituições.

Em outro momento deste mesmo texto, em que apresenta o que chama de eixos temáticos que geram as atividades pelos professores, acadêmicos e técnico da universidade, destacamos o quarto item:

3. difusão e intercâmbio científico-cultural: inclui ações destinadas à promoção e divulgação científico-cultural da produção acadêmica e a valorização da cultura. Destacam-se como ações permanentes a editora da UCPel – EDUCAT, a Bolsa de Arte e o Coral da UCPel (UCPel, site, 29/05/2007).

Aqui observamos o jogo imaturo e arbitrário de conceitos a fim de atribuir sentido as ações da universidade. Pelo texto, as ações se destinam a promoção e divulgação da produção acadêmica e incluem a edição de livros, exposição de arte e o coral da UCPel. A difusão, em seus atributos de ação tradicional, parece que atende às expectativas do item, mas a proposta de intercâmbio “científico-cultural”, em nenhum dos exemplos, pode ser representado pelo vocábulo, especialmente na perspectiva da interação que sugere.

Ou seja, os dois documentos analisados, produzidos pela UCPel e disponibilizados em sua página na internet, quando utilizam os conceitos centrais sob análise neste estudo, o fazem sem a devida contextualização e articulação que permita compreendê-los como agentes da ação efetiva de troca ou mesmo de transferência de tecnologias.

### **3.2. Universidade Federal de Pelotas**

Na página da UFPel ([www.ufpel.tche.br](http://www.ufpel.tche.br)) as atividades de pesquisa são apresentadas pelo documento “Atribuições gerais” o qual aponta 17 itens, todos eles

voltados para a prática das ações de pesquisa e suas relações no âmbito da universidade, mas nenhuma voltada para a sua comunicação ou transferência. Exemplificamos aqui apenas as três primeiras atribuições:

- executar a política definida pelo Conselho Coordenador do Ensino, Pesquisa e Extensão, relativa a Pós-Graduação e à Pesquisa;
- promover a integração das atividades dos diversos órgãos na área de pesquisa e da pós-graduação;
- implementar os planos de formação e aperfeiçoamento do corpo docente e de outros profissionais universitários de nível superior (UFPEL, site, 29/05/2007).

No item 2, o documento se limita a falar de “promover a integração das atividades”, o que pode se limitar apenas a ações internas de articulação entre os diferentes setores que compõe a Pró-Reitoria. Enfim, trata-se de um documento orientador da gestão interna da pesquisa, que em pouco colabora para se saber da ação da pesquisa da UFPel. Porém, conforme a proposta definida neste estudo, é o que está disponível on-line pela UFPel a respeito do assunto.

Quanto às atividades de extensão na UFPel, elas estão definidas nas diretrizes gerais da Pró-Reitoria de Extensão, disposto num denso regulamento geral das atividades extensionistas e culturais na universidade. Logo em seu capítulo primeiro, quando fala das definições, o documento apresenta alguns conceitos, cujo sentido perseguimos neste estudo.

- I – Desenvolver procedimentos educacionais que privilegiem a efetiva relação integradora, de intercâmbio e de transformação entre a Universidade e a sociedade;
  - II – Estar articulada com o Ensino, promovendo a capacitação dos cidadãos e profissionais comprometidos com a realidade social;
  - III – Estar articulada com a Pesquisa, promovendo a produção do conhecimento e sua difusão;
  - IV - Como parte do processo pedagógico, promover uma forma de renovar e ampliar conceitos, garantindo a aprendizagem recíproca da comunidade universitária e da sociedade;
  - V - Oportunizar e estimular a comunidade universitária através de ações sociais, políticas e profissionais, preferencialmente, interdisciplinares, interdepartamentais e interinstitucionais.
- Art. 2 A Extensão Universitária desenvolve-se na UFPel, através de Ações Extensionistas, denominadas Programas e Projetos, em consonância com o Plano Nacional de Extensão – PNE... (UFPEL, site, 30/05/2007).

A palavra “intercâmbio”, apresentada no item I, relaciona-a à integração entre a Universidade e a Sociedade e faz referência à “transformação”. Algo diferente e curioso na acepção de intercâmbio, que refere trocas, permutas (câmbios) de materiais ou



conteúdos entre os atores de um determinado processo. Neste caso trocas intelectuais e não exatamente comerciais. No item II a noção se torna mais clara, pois diz da intenção de capacitar os cidadãos e profissionais “comprometidos com a realidade social”. Embora não se trate neste estudo do conceito de capacitação, é interessante observá-lo na ação comunicacional. Trata-se da ação de tornar alguém capaz de realizar algo, habilitar para uma determinada ação. Significa, outrossim, que alguém com mais informação, dote ou capacidade, realize a operação de tornar o outro capaz de desempenhar determinada operação. Uma ação básica dos objetivos de treinamento operacional publicitária, tanto que na terceira acepção atribuída por Ferreira (1986, p.340) consta “convencer-se, persuadir-se” alguém.

O vocábulo difusão aparece também nas diretrizes da extensão da Universidade Federal de Pelotas. São mais de 50 linhas neste plano de extensão que apontam para diversos temas que estão relacionadas aos aspectos do comportamento da comunicação para transferência, entre os quais destacamos: artes cênicas; artes integradas; artes plásticas; artes visuais; comunicação estratégica; elaboração, implementação e avaliação de planos estratégicos de comunicação; divulgação científica e tecnológica; inovação tecnológica; mídia-artes; mídias; propriedade intelectual e patente, etc (UFPEL, 2007). Observe-se que o leque de atividades diversificadas incluídas no item extensão denotam por um lado a inexatidão das atividades próprias da extensão e por outro a mistura de elementos conceituais, como mídia e patentes.

Na área de comunicação estratégica, a definição de atividades aponta para conceitos tradicionais em relação às mídias de massa, tais como a:

... realização de assessorias e consultorias para organizações de natureza diversa em atividades de publicidade, propaganda e de relações públicas; suporte de comunicação a programas e projetos de mobilização social, a organizações governamentais e da sociedade civil; (...) serviços tecnológicos; estudos de viabilidade técnica, financeira e econômica; adaptação de tecnologias; Jornalismo (UFPEL, site, 30/05/2007).

Trata-se de uma visão convencional a respeito da ação da comunicação social nas assessorias e departamentos de comunicação, mas o que chama a atenção é a homologia discursiva e aqui observamos algo bastante curioso. Outros sites de universidades federais e estaduais, repetem as mesmas sentenças, a mesma grafia, ou seja, são exatamente iguais. Encontramos o mesmo texto, neste caso, nos sites da Unitau (Tambaté-SP), UFRJ(Rio de Janeiro), UEL(Londrina-PR), UESPI(Piauí-PI). São propostas de extensão das universidades, disponibilizados para acesso público, com



grande parte de suas atividades previstas iguais umas as outras, basta confrontá-los. O mesmo se pode dizer de outras partes do texto, como o que fala da inovação tecnológica, apresentada da mesma forma pela biblioteca eletrônica Scielo, Cefet do Paraná, Udesc de Santa Catarina, URI, de Erechim-RS, FURG de Rio Grande-RS e até num edital do CNPq. O original de tais discursos, difícil de saber.

Com relação ao conceito em sua materialidade, os elementos que aparecem no discurso da extensão da UFPel, falam da “inovação tecnológica” descrevendo-o como:

Introdução de produtos ou processos tecnologicamente novos e melhorias significativas a serem implementadas em produtos ou processos existentes nas diversas áreas do conhecimento. Considera-se uma inovação tecnológica de produto ou processo aquela que tenha sido implementada e introduzida no mercado (inovação de produto) ou utilizada no processo de produção (inovação de processo) (UFPel, site, 31/05/2007).

Observa-se a relação que se estabelece entre o conceito de inovação e o mercado, a idéia de que a inovação requer implementação, aplicação no mercado, quando se refere aos produtos. Trata-se, portanto, de algo diferente da rotina universitária, ou do modo monolítico como as universidades públicas, como a UFPel, produzem conhecimentos.

Agora não interessa qual é a ciência que você sabe ou não sabe, mas sim qual é o problema que você resolve. Isso nos leva diretamente ao conceito da inovação. Inovação não é ciência e tecnologia, não são idéias nem patentes. Inovação é o mercado (Meira, 2006).

Além disso, em se considerando a efetividade do processo, para um órgão público a relação pode ser questionada, já que os recursos que as mantém tem origem na própria sociedade.

### **3.3. Embrapa Clima Temperado**

Na Embrapa Clima Temperado, as ações de pesquisa e de transferência estão descritas na missão da Unidade, que se encontra na sua página na WEB ([www.cpact.embrapa.br](http://www.cpact.embrapa.br)) e diz que a missão da Embrapa Clima Temperado é a de “viabilizar soluções competitivas e sustentáveis para o agronegócio na região de clima temperado”. E neste sentido compete ao Centro: “caracterizar, monitorar e avaliar os recursos ambientais de clima temperado; gerar tecnologias para melhorar a eficiência e a qualidade dos sistemas produtivos agropecuários na sua região de abrangência, garantindo sua competitividade e sustentabilidade, transferir, eficientemente, as



tecnologias geradas, satisfazendo as demandas da sociedade”(Embrapa, site, 31/05/2007).

O terceiro Plano Diretor desta Unidade de Pesquisa destaca em item específico as chamadas ações de transferência de conhecimento e tecnologia. A proposta é de “Dinamizar a transferência de conhecimento e tecnologia, participando em processos de incubação de empresas e pólos tecnológicos”. Em outro ponto a unidade tem por proposta: “Participar da construção de redes de transferência de conhecimento e tecnologia, envolvendo instituições públicas e privadas e organizações do terceiro setor” (Embrapa, site, 31/05/2007).

Outra ação busca: “Contribuir para a capacitação de agentes atuantes em processos de transferência de conhecimentos e tecnologias.” E tem por meta “organizar pelo menos dez cursos de capacitação em atendimento a demandas regionais” (Embrapa, site, 31/05/2007).

Novamente aparece a palavra “capacitação” e a forma usual de treinar pessoal através de cursos de formação. Em nenhum momento aparecem outras formas de compartilhamento ou de aprendizagem solidária. Pelo contrário, é a alta ciência a falar para os treinandos. O sistema denota formatos bancários da ação professoral, típico da convencionalidade do processo didático-pedagógico.

As ações na área de comunicação empresarial, descritas na instância operacional do sistema de comunicação da empresa, pretende: “Criar, manter e ampliar fluxos, canais e espaços de diálogo com o público alvo interno e externo”. A forma de implementar esta ação, de acordo com o documento editado pela unidade de pesquisa é “Produzir e veicular anualmente pelo menos 52 programas de TV em canal aberto de abrangência regional”. Interessante é que se trata de algo que ela já realiza, com a veiculação do programa de TV Terra Sul (Rede Record). A meta, então, é apenas manter o programa de TV, o que é coerente com a proposta do item. Outra meta desta mesma área é de: “participar em pelo menos cinco feiras de caráter nacional e/ou internacional”.

Ou seja, a unidade busca os seus “espaços de diálogo” com a manutenção de um programa de televisão e de participação em feiras. Não há na proposta nenhuma ação compartilhada de intercâmbio com os atores sociais do relacionamento e interação da empresa, que de alguma forma possa efetivamente garantir o chamado “diálogo” anunciado. É a Embrapa que está ofertando sentidos, os seus conceitos, através de cursos, programas de TV e participação em feiras. Observe-se que, geralmente, tais



atividades são regulares (como a TV) e fazem parte da oferta, do “prato pronto” para a comunidade.

Finalmente, ainda nesta área, um item faz foco direto para a questão, quando fala em “debater com a sociedade a definição de estratégias para atender as demandas político-institucionais de transferência de tecnologia”, admitindo que a situação atual do desempenho da unidade é fraco, pois “não tem ocupado todos os espaços possíveis de participação institucional em fóruns de C&T e desenvolvimento regional”. Por isso a meta (13) é de fomentar a participação “com representação formal em pelo menos cinco fóruns e conselhos regionais e temáticos em apoio ao desenvolvimento” (Embrapa, site, 31/05/2007).

Desde logo é importante apontar que a participação “formal”, o que pode ser interpretado como a presença física e atuante nos fóruns de desenvolvimento. Tratam-se estes fóruns de órgãos autônomos, que tem seus objetivos específicos e não necessariamente ajustados aos interesses da pesquisa conduzida pela Embrapa e sua transferência. Ou seja, não necessariamente estão destinados ou interessados em debater a definição de estratégias para atender as demandas político-institucionais de transferência de tecnologia.

### **Elementos para uma conclusão**

A partir dos dados relativos ao movimento discursivo das instituições que se manifestam sobre os conceitos, se pode dizer que há algo sistemático nas manifestações, pois são inúmeros os interpretantes manifestos e possíveis de vir à tona quanto se trata de assuntos complexos como o que estamos tratando. A opção factível foi de analisar as manifestações emitidas, a partir da constante recursividade conceitual ao sustentar suas idéias. Neste espaço (das manifestações) que cada instituição apresenta as suas idéias deixando ver, nas regularidades, mudanças de posicionamento e contradições. Neste sentido, chama a atenção o uso recorrente de conceitos como “difusão”, “extensão” e “comunicação”, conotando para a “capacitação” dos agentes. Ou seja, uma visão, ainda que original, não atualizada e por isso unilateral da ação das instituições em relação aos seus públicos. Muito pouco se encontra da visão dialógica ou mesmo dialética, o que poderia sugerir práticas da dinâmica de “intercâmbio”. Observa-se uma estranha homologia discursiva, o que denota e também reforça o uso indiscriminado dos conceitos na formatação dos textos. Faz crer que o texto é algo acessório, que tem apenas aspectos formais e neste caso funcionais. Enfim, o que aparece no plano



simbólico dos discursos são as aparências ou performances discursivas, muito mais do que acepções correlatas à atividades integradoras e ajustadas aos anseios ou interesses reais da sociedade.

### **Bibliografia:**

BORDENAVE, J. D. **O que é comunicação rural**. São Paulo, Brasiliense, 1983.

EMBRAPA. disponível em [www.cpact.embrapa.br](http://www.cpact.embrapa.br). acesso em 30/07/2007.

FERREIRA, A .B.H. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa** Rio de Janeiro:Nova Fronteira, 1986.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira. Prefácio de Jacques Chonchol. Rio de Janeiro: Paz e Terra,1977, 93 p.

HEBERLÊ, A.L.O. **Divulgação Científica na Embrapa**, Dissertação de Mestrado, IMS, São Paulo, 1986, 90p.

HEBERLÊ, A. L. O. **Significações dos transgênicos na mídia do Rio Grande do Sul**. São Leopoldo-RS: Tese de Doutorado, 2005, 300p.

OLIVEIRA, M. C. B. **Diagnóstico da Difusão e Transferência de Tecnologia na Embrapa**. Brasília: Embrapa-DPD, 1999.

UCPEL disponível em [www.ucpel.tche.br](http://www.ucpel.tche.br). acesso em 30/07/2007.

UFPEL disponível em [www.ufpel.tche.br](http://www.ufpel.tche.br). acesso em 30/07/2007.

MEIRA, S. **Inovação não é tecnologia nem ciência**. In: *Jornal da Ciência*, 15 de Setembro de 2006.

PEIRCE. C.S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva. 2000. 337 p. Tradução José Teixeira Coelho, do original *The Collected Papers* de Charles Sanders Peirce.

PEIRCE, C.S. **A fixação da crença**. Disponível em: <http://bocc.pt/index>: Universidade de Beira Interior, tradução de Anabela Grandin Alves. *Popular Science Monthly*, November 1877, p. 1-15. Acesso em: 25 jun. 2004.

ROGERS, E. M. Elementos da Difusão de Inovações. In: **Comunicação das Novas Idéias** : pesquisas aplicáveis ao Brasil. WHITING, Gordon & GUIMARÃES, Lytton. Rio de Janeiro: Edições Financeiras, 1962.

\_\_\_\_\_. **Diffusion of innovations**. 4th ed. New York: Free Press, 1995. 518 p.

SAPPER, S. M. **Construção midiática do Rural**: Estratégias de agendamento de sentidos do Canal Rural. São Leopoldo-RS: Tese de Doutorado, março de 2003.

SANTAELLA, L. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.