



Homologia nos discursos sobre extensão universitária no RS¹

André Dala Possa²

Thiago Bergmann Araújo³

Antônio Luiz Oliveira Heberle⁴

Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, RS

RESUMO

Este estudo busca observar, apresentar, discutir e avaliar conceitos básicos relativos às operações de comunicação da ciência nas universidades públicas e privadas do estado do Rio Grande do Sul. A interação das instituições com a sociedade comumente é chamada de extensão. Delimitou-se a análise em documentos virtuais disponíveis sobre quatro universidades do Rio Grande do Sul, sendo duas públicas e duas privadas. A análise buscou compreender o aparecimento do conceito “extensão” e suas correlações, envolvendo outras definições, como, “comunicação”, “intercâmbio” e “difusão”.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Transferência; Difusão; Divulgação; Intercâmbio; Ciência; Extensão Universitária.

1. O campo de estudo

As operações discursivas são demarcadas e demarcam o território em que 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 discursivos que sustentam as políticas de comunicação da ciência e tecnologia nas universidades públicas e privadas da Rio Grande do Sul. 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

¹ Trabalho apresentado no GT Teorias da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação, 6º semestre de Comunicação Social – hab. Jornalismo da UCPel, e-mail: andredalapossa@yahoo.com.br

³ Estudante de graduação, 7º semestre de Comunicação Social – hab. Jornalismo da UCPel, e-mail: thiagobergmann@yahoo.com.br

⁴ Orientador do trabalho, professor do curso de Comunicação Social da UCPel, e-mail: antonio.heberle@bol.com.br



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 semiótica 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 acepção e o uso corrente dos conceitos é algo que não tem controle na semiótica 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 à 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 guarneçada 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 gerencias”, 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 valorizando 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 sígnica, 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 atêm-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. Análise das universidades públicas

Para dar conta da análise deste trabalho optou-se por concentrar atenção em materiais colocados para amplo conhecimento público, como é o caso dos sites. Tais apresentações refletem aquilo que os seus idealizadores julgam como importante e relevante para a sociedade. Com o fim de saber como as universidades tratam discursivamente com os seus conceitos, os quais supostamente definem a materialidade do trabalho que realizam, escolheu-se quatro universidades do Rio Grande do Sul. Duas públicas (UFRGS e FURG) e duas privadas (UPF e ULBRA). As duas primeiras têm sedes em Porto Alegre e Rio Grande respectivamente e as duas últimas em Passo Fundo e Canoas.

A análise dos materiais selecionados tem por base a pesquisa feita no trabalho “Performance discursiva dos conceitos centrais de comunicação científica” (HEBERLÊ, VIEIRA E SAPPER, 2007), quando os autores constatarem grande homologia discursiva presente nos discursos de diversas universidades brasileiras. Utilizando a metodologia do trabalho anterior ao levantar o fato, uma pesquisa no *site* de buscas *Google* revelou que as políticas de extensão da Universidade Federal de Pelotas foram extraídas de um documento da Rede Nacional de Extensão (RENEX), uma iniciativa do Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras (FORPROEX).



O FORPROEX lançou um documento relativo à organização e sistematização da extensão universitária no Brasil no ano de 2007. Na publicação é apresentada uma definição para extensão universitária, tirada do Plano Nacional de Extensão de 1988, a qual é assim mencionada:

A Extensão Universitária é 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. Além de instrumentalizadora deste processo dialético de teoria/prática, a Extensão é um trabalho interdisciplinar que favorece a visão integrada do social (Plano Nacional de Extensão in FORPROEX, 2007, on-line).

A visão do FORPROEX foi institucionalizada por uma reunião de diversos Pró-Reitores de Extensão, formando um documento que serviria de base para as universidades formadoras do Fórum. Entretanto, o que deveria ser apenas uma base para discussão, transformou-se num texto padrão para grande parte das universidades brasileiras. Muitas fazem cópias literais do documento orientador, especialmente no que diz respeito às áreas e linhas de extensão. Embora possam não ter nenhuma atividade ligada à área, todas as linhas foram descritas, transformando o discurso sobre a extensão universitária uma mera formalidade. Como afirma Heberlê (2006), trata-se de um discurso performático, eis que apenas se encarrega de cumprir formalidade discursiva e não necessariamente o propósito complexo da extensão universitária e sua aliança com as questões regionais onde a universidade atua.

Muitas instituições de ensino superior utilizam um discurso uniforme para descrever suas atividades de extensão. Porém, há casos em que, mesmo utilizando a definição do Plano Nacional de Extensão no seu texto, não o fazem em destaque, dando prioridade para realidades locais. É o caso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul:

A extensão universitária desenvolvida na UFRGS constitui-se em atividade de natureza acadêmica, que possibilita constante interação



com a comunidade. Por meio de cursos, eventos, produção/publicações e prestação de serviços, em todas as suas áreas de atuação, a Universidade leva à sociedade seu potencial acadêmico e, simultaneamente, aprende os valores da cultura dessa sociedade. Considerando que o “potencial acadêmico” da Universidade envolve conhecimentos advindos das atividades de ensino e de pesquisa, esse processo contribui, sobremaneira, para a preservação do trinômio ensino – pesquisa – extensão (UFRGS, 2008, on-line).

É possível encontrar mais adiante referências à RENEX, entretanto, o destaque feito dentro da definição é para o texto da própria Pró-reitoria. O ordenamento do texto revela indícios peculiares da ação desta universidade em sua proposta de ação extensionista. O ato simbólico do texto, neste caso, manifesta a originalidade pretendida pelos seus autores.

Já em outro caso, o da Fundação Universidade Federal de Rio Grande, o discurso do FORPROEX está nas primeiras linhas:

A Extensão Universitária, segundo definição do Fórum de Pró-Reitores de Extensão, é "um processo educativo, cultural e científico que articula o Ensino e a Pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre Universidade e Sociedade" (FURG, 2008, on-line).

Acontece no site da FURG exatamente o contrário daquilo que foi observado na UFRGS, com a adoção clara e manifesta das diretrizes do FORPROEX, apontando para a homologia já mencionada e que aparece da mesma forma em outras universidades brasileiras.

Outro fenômeno percebido nos textos é a falta dos conceitos comunicação, difusão e intercâmbio, geralmente ligados à atividade de extensão. Os dois fragmentos de texto limitam-se à idéia de uma extensão que promove o intercâmbio de informações entre universidade e sociedade, especialmente no texto da Federal do Rio Grande do Sul, que deixa bem explícita a utilização do conhecimento adquirido junto à comunidade nas atividades acadêmicas de ensino e pesquisa.

3. Universidades privadas

Percebe-se nos materias disponiveis on-line a respeito dessas instituições de ensino privado, uma mescla de definições que por vezes tornam-se interessante e por



outras deixam dúvidas quanto ao real compromisso das universidades com o discurso apresentado para a sociedade.

Inicialmente, quando da seleção do corpus para análise, dos 16 casos pretendidos, sete não puderam ser analisados em virtude da inexistência da política de extensão nos seus endereços eletrônicos. É o caso da Universidade de Cruz Alta (Unicruz) que coloca um serviço de informações e suprime a política de extensão, da seguinte maneira: *“Vice-reitora de pós-graduação, pesquisa e extensão – Patrícia Dall’Agnol Bianchi”* (Web Site Unicruz, 01.jun.2008).

Entre as nove universidades que descrevem suas políticas de extensão em seus sítios eletrônicos podemos ver que algumas, mesmo sendo particulares, seguem o padrão estabelecido pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras (FORPROEX). Vejamos como é apresentada a definição de extensão da Universidade de Passo Fundo (UPF):

Juntamente com o ensino e a pesquisa, a extensão forma o tripé que norteia as ações da UPF na formação de “grandes profissionais e grandes pessoas”. São ações que levam o conhecimento produzido até as comunidades da região através de programas sociais, educativos e culturais e da prestação de serviços. Atualmente, são 151 projetos comunitários que estão em andamento, destes 46 são filantrópicos, com a participação de alunos, estagiários e professores de todas as áreas do conhecimento (UPF, 2008, on line).

Na passagem: “São ações que levam o conhecimento produzido até as comunidades da região através de programas sociais, educativos e culturais e da prestação de serviços”, fica clara a ruptura com o conceito clássico de extensão, que não se pretende assistencialista. Há de se considerar uma segunda via: da sociedade para a universidade. A primeira parte do texto se assemelha ao definido no FORPROEX. Porém observa-se que a definição dada em 1988 já reza pela contextualização e afirma que há um fluxo entre as partes (universidade e comunidade).

Ainda, o próprio nome do documento hospedado no site do FORPROEX “Diretrizes e bases” (www.renex.org.br) instiga para que se faça uma reformulação dos conceitos a fim de aproximá-los da realidade em que a universidade está inserida. Ao



contrário disso, o que se percebe é uma homologia entre as universidades particulares gaúchas e isso também se repete na outra instituição particular analisada.

A Universidade Luterana do Brasil, em seu Estatuto coloca a Extensão como parte indissociável do Ensino e da Pesquisa. A extensão é concebida como um processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre universidade e sociedade” (ULBRA, 2008, on-line).

Poderíamos ainda citar aqui o Centro Universitário Ritter dos Reis (Uniritter) e a Universidade Regional da Campanha (URCAMP). Todas seguem o padrão FORPROEX e não contextualizam suas políticas extensionistas.

Ou seja, os conceitos analisados, produzidos por universidades públicas e particulares gaúchas e disponibilizados em suas páginas na Internet, na maioria não utilizam os conceitos centrais sob análise neste estudo. Mesmo quando o fazem, acabam por não dar a devida contextualização e articulação que o denso conceito “extensão” exigiria.

Isso deixa um questionamento, quanto ao efetivo resultado dessas políticas que possuem rupturas ainda nas definições. O que leva a pensar que em grande parte dos casos essa política assumia tão somente um papel performático, como algo que está lá por necessidade, mas cujas práticas não necessariamente devam ser acompanhadas.

Outra hipótese para tal procedimento é que nos sites das universidades seja apresentado apenas um resumo muito primário do que fazem as instituições de ensino superior em relação à extensão. Isso é possível, mas então caberia perguntar porque justamente o texto matricial e padrão do FORPROEX é o que foi escolhido para aparecer como estratégia da instituição. Caso isso acontecesse numa isolada, seria o acaso, mas a recorrência é que nos chama atenção.

4. Elementos para conclusão

A partir dos dados relativos ao movimento discursivo das instituições que se manifestam sobre os conceitos, se pode dizer que há algo sistemático das universidades. Chama a atenção o uso recorrente de um conceito central criado pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras - FORPROEX e neste caso acentuando apenas o conceito de extensão. Observou-se que outras denotações correlatas, como: comunicação, informação, difusão e transferência, não aparecem, da



maneira que se imaginava.. Ou seja, parece que as instituições abrem mão da originalidade, não atualizando-se e não oferecendo contexto para o trabalho que realizam com a comunidade.

Não se encontra uma visão dialógica ou mesmo dialética a respeito da temática da extensão, o que poderia sugerir práticas da dinâmica de “intercâmbio”. Observa-se uma estranha homologia discursiva, essa denota - e também reforça - o uso indiscriminado e banalizado dos conceitos na formatação dos textos. Faz crer que o texto é algo acessório, que tem apenas aspectos formais e nesse caso funcionais. Enfim, o que aparece no plano simbólico dos discursos são as aparências ou performances discursivas, muito mais do que acepções correlatas à atividade integradora 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. acesso em 30/07/2007.

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

FORPROEX. Disponível em www.renex.org.br. Acesso em 01/07/2008.

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.

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.

UCPEL. Disponível em www.ucpel.tche.br. Acesso em 30/07/2007.

UFPEL. Disponível em www.ufpel.tche.br. Acesso em 30/07/2007.

ULBRA. Disponível em www.ulbra.br. Acesso em 30/06/2008.

URCAMP. Disponível em www.urcmp.tche.br. Acesso em 01/07/2008.

UFRGS. Disponível em www.ufrgs.br. Acesso em 29/6/2008.

UPF. Disponível em www.upf.br. Acesso em 28/06/2008.