

José Marques de Melo  
organizador

# *Pedagogia da Comunicação* *Matrizes Brasileiras*

## EXTENSÃO: A HERANÇA QUE FALTOU NAS ESCOLAS DE COMUNICAÇÃO

*Backer Ribeiro Fernandes\**

### INTRODUÇÃO

O tema proposto nos obriga a fazer uma reflexão sobre as primeiras iniciativas e/ou primeiros modelos de escolas de comunicação no Brasil. Como se deu sua constituição, qual a conjuntura político-social na época, principalmente sobre a postura do governo na definição das políticas educacionais no campo da comunicação. Iremos perceber que o ensino da comunicação esteve atrelado à evolução do mercado da comunicação através do avanço das tecnologias da informação e do crescimento cada vez maior dos centros urbanos com a concentração das populações que migravam da zona rural.

Os reflexos das mudanças ocorridas e evoluções sofridas desde os modelos precursores, permeiam os atuais cursos de comunicação no Brasil. Iremos perceber que poucas mudanças ocorreram para a atualização dos currículos após o período da instauração da democracia, das diretas já, da nova constituição, da abertura de mercado para a globalização e da consolidação do modelo neoliberal. O mercado parece ditar as regras para a uniformização dos cursos de Comunicação existentes hoje no Brasil, os

\* Backer Ribeiro Fernandes é mestrando em Comunicação Social na UMESP, pós-graduado em Comunicação e Mercado pela Cáspier Libero, bacharel em Relações Públicas, professor da Cáspier Libero e Uni FIAAM nos cursos de Relações Públicas e Comunicação Empresarial e consultor em Desenvolvimento e Planejamento da Comunicação.

jovens egressos das faculdades são cada vez mais capacitados para trabalhar nas grandes empresas, multinacionais, globalizadas, urbanas, etc, esquecendo os outros campos de atuação como as esferas governamentais, organizações da sociedade civil e o terceiro setor, entre outros.

Analisando o contexto atual, apesar da insistência curricular em formar técnicos para operarem a comunicação empresarial, e que está perfeitamente correto, não há o treinamento suficiente e a experimentação adequada no decorrer dos cursos que permita ao aluno conhecer de fato a realidade do mercado em que ele pretende atuar. Há uma grande falha também quanto ao retorno que as escolas poderiam dar à sociedade, através dos projetos de extensão do conhecimento, que poderiam proporcionar aos alunos a tão sonhada oportunidade de conhecer a realidade mercadológica, através de projetos experimentais que poderiam ser desenvolvidos para as mais diversas organizações da sociedade.

Das primeiras matrizes até o modelo atual muita coisa mudou. Estamos vendo surgir a todo o momento novos cursos de Comunicação em escolas privadas, situadas nos grandes centros urbanos e decorrentes de uma política liberal que se implantou no Brasil nos últimos governos. Contudo, o questionamento que surge refere-se à formação do aluno, tanto do ponto de vista técnico quanto humano. Que profissional estarão formando as escolas contemporâneas de Comunicação? Poderia a extensão universitária, prevista na Lei de Diretrizes e Bases, através dos seus mecanismos, ser uma alternativa na formação e capacitação do novo profissional da Comunicação, promovendo o treinamento técnico e humano além de proporcionar também um retrato fiel da realidade social em que vivemos. É o que procurarei mostrar, fazendo uma análise histórica desde o surgimento dos primeiros cursos até os dias de hoje, passando pelas matrizes que influenciaram as escolas de comunicação no Brasil.

### **A MATRIZ NORTE-AMERICANA NO ENSINO DA COMUNICAÇÃO**

Seria difícil iniciar a construção deste texto sem fazer um retrospecto histórico do surgimento dos primeiros cursos de comunicação, suas contribuições e influências para a formatação do modelo brasileiro do ensino da Comunicação. Sem dúvida, o modelo norte-americano foi o que exerceu forte influência por estar atrelado ao fator econômico da época. O ensino de Jornalismo no Brasil, precursor do que viria a se tornar o ensino

de Comunicação, serviu antes de qualquer coisa, à formação de especialistas para trabalharem nos jornais nas rádios e nas tv's que surgiam.

O professor Carlos Rizzini, em seu livro "O Ensino do Jornalismo" faz um relevante estudo sobre o modelo e as escolas de Comunicação norte americana, abordando temas que vão desde a influência de Joseph Pulitzer e sua insistência para a criação dos primeiros cursos de jornalismo com a justificativa de capacitar e formar o profissional jornalista até o modelo das Universidades de Missouri e Columbia.

Estas duas universidades eram as principais referências no ensino da Comunicação daquele país, caracterizando-se pelo formato humanista e mercadológico dos seus currículos e também pelo formato mais marcante que são as atividades práticas ou de laboratório desenvolvidas pelos alunos. A publicação "diária" de jornais, como por exemplo, o *University Missourian*, um vespertino de quatro páginas que era todo produzido nas oficinas da universidade. No Brasil, o currículo mínimo do Curso de Jornalismo, segundo diretrizes do Ministério da Educação, exige somente "oito" edições anuais de jornal-laboratório.

"As aulas práticas eram ministradas de maneira a reproduzirem o funcionamento normal de uma redação (os alunos devem estudar no mesmo ambiente em que trabalharão), figurando os professores de diretores e chefes de redação, e os alunos de redatores, repórteres, subsecretários e secretários" (RIZZINI, 1953, p. 27). O jornal era destinado aos universitários e também à comunidade externa da Universidade, entenda-se aqui a população da cidade de Columbia.

O curso de jornalismo tinha a duração de quatro anos e era necessário prestar o exame de admissão para ingressar na universidade e ao final do curso os alunos recebiam o diploma de bacharel em jornalismo. O curso estava fundamentado num currículo de 120 horas, sendo 60 horas nos dois anos do colégio (college) com disciplinas de ciências e arte e 60 horas nos dois anos subsequentes com matérias de jornalismo, onde 30 horas eram dedicadas às matérias de jornalismo profissional.

O curso de jornalismo estava totalmente voltado para a capacitação do profissional que iria atuar nas empresas de comunicação, reforçando as políticas neoliberais no início dos anos 50. Uma pesquisa realizada pela universidade de Columbia apontava que aproximadamente 78% dos seus alunos ingressavam nos jornais no término do curso e que, já naquela época, 50% dos profissionais da imprensa teriam o diploma das escolas profissionais.

Nestas linhas iniciais, já podemos perceber quanto os cursos de Comunicação no Brasil foram influenciados pelo modelo norte-americano. Não é para menos, segundo o professor Rizzini: “a imprensa americana não tem paralelo: é a mais opulenta, a mais informativa, a mais ilustrada, a mais célebre, a melhor equipada, a melhor imprensa e a melhor distribuída no universo” (1953, p. 40). Todos os adjetivos apresentados mostram que para o sucesso da imprensa não bastava somente produzir notícia com boa qualidade, era fundamental deter os equipamentos adequados e as estratégias para “alavancar” o negócio. Ou seja, o jornalismo era um negócio como outro qualquer, uma indústria, somada a outras tantas, onde os profissionais formados nas escolas técnicas atendiam a uma demanda específica que era a necessidade de mão de obra especializada para garantir a lucratividade na luta com a concorrência.

#### **AS MATRIZES BRASILEIRAS**

No final dos anos 40 e início dos anos 50, concomitantemente às experiências norte-americanas, começam a se formar no Brasil os primeiros cursos de Comunicação. Neste período, o crescimento industrial e populacional trazia para os grandes centros uma enorme massa populacional. A imprensa estava em plena atividade e necessitava de um profissional mais capacitado para operar seus jornais e equipamentos. Durante muito tempo os cursos superiores foram destinados à formação do jornalista. Foi nesse período que surgiram os primeiros cursos de jornalismo nas universidades brasileiras com o objetivo de formar técnicos qualificados para atuarem na indústria da comunicação a qual se inseria num mercado competitivo em formação.

Anteriormente a esse período ocorreram algumas tentativas frustradas de criação das primeiras escolas de jornalismo, como por exemplo, a escola da ABI – Associação Brasileira de Imprensa, que num congresso realizado em 1918 pretendeu criar sua Escola de jornalismo, idéia que não chegou e se concretizar. É importante salientar neste momento histórico a pressão e o lobby exercidos pelas entidades classistas existentes como a ABI e a APISP – Associação dos Profissionais de Imprensa de São Paulo, que lideraram junto com os acadêmicos a defesa da criação dos cursos superiores de jornalismo.

Uma das primeiras experiências foi o curso de jornalismo criado

em 1935 por Anísio Teixeira na Universidade do Distrito Federal (Rio de Janeiro). O curso tinha um perfil mais humanista, preocupado com a formação ética do profissional visando “o equilíbrio que deve existir entre as conveniências da pura técnica jornalística e o ponto de vista do bem comum e dos interesses profundos da sociedade”. (MARQUES DE MELO, 1974, p. 17). No meu entendimento seria esta matriz que deveria permanecer institucionalizada no Brasil e que garantiria a democratização da Comunicação. A formação do jornalista, com esta perspectiva, criaria cidadãos mais críticos e mais voltados para os interesses da sociedade ao invés de preparar profissionais para trabalharem nas indústrias de Comunicação que pertenciam às elites da sociedade.

O ensino de jornalismo foi criado oficialmente no Brasil em 1943. Entretanto, partiu da iniciativa de Cásper Líbero, proprietário do grupo “A gazeta”, a criação de um curso com o objetivo claro de formar profissionais para a indústria paulista de Comunicação. A Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero foi fundada em 1947, inicialmente vinculada à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letra da PUC de São Paulo. Inspirada no modelo norte americano possibilitava a realização de atividades práticas nas oficinas da “A Gazeta”, atividade muito difícil nas instituições oficiais, e mantinha sob a responsabilidade dos seus estudantes a elaboração do mensário “A Imprensa”. Outro fator relevante que marcou esta experiência pedagógica foi a contribuição da Universidade Pro-Deo, de Roma, no ensino das matérias teóricas.

Em 1948, o curso de jornalismo da Faculdade Nacional de Filosofia (Universidade do Brasil) surge com um predomínio das matérias culturais sobre as práticas. O curso funcionou com enorme precariedade e as mais diversas carências: ausência de livros técnicos na biblioteca, ausência de departamento próprio, professores com salários mais baixos, entre outras dificuldades. As mudanças só ocorreriam a partir de 1967, quase 20 anos depois, com a reforma universitária que criou a Universidade Federal do Rio de Janeiro e a instituição da Escola de Comunicação. Apesar das mudanças, a realidade não se alterou, com a escassez de recursos, a falta de equipamentos e carência do fator humano para o ensino, ficou difícil o cumprimento das atividades práticas.

A Universidade Católica de Pernambuco também contribuiu para formação do modelo brasileiro ao criar também seu curso de jornalismo e sob a direção de Luís Beltrão, então um profissional conceituado e es-

DACKER KIBEIRO FERNANDES

tudioso do fenômeno jornalístico. Sabedor dos problemas no ensino de jornalismo, ele propôs uma autonomia à unidade de ensino e uma metodologia que proporcionasse uma comprovação das teorias e contraponto à realidade prática, estimulou os projetos de pesquisa “que retiravam os alunos da passividade característica das aulas expositivas e punha-os em contato com uma realidade dinâmica, seja nas próprias empresas, seja nas ruas, escritórios e residências, identificando a recepção das notícias e seus efeitos junto ao público”. (MARQUES DE MELO, 1974, p. 42). O êxito dessa experiência levou Luís Beltrão ao CIESPAL, recém fundado pela UNESCO, para contar sobre a nova metodologia empregada. A partir dessa visita, retornando a UCP, criou um instituto (INCIFORM) que se constituiu como a primeira iniciativa universitária brasileira aos problemas da comunicação em termos mais amplos e não só ao jornalismo.

Outro modelo bem ousado e revolucionário foi proposto pela Universidade de Brasília ao projetar a instalação de uma “Faculdade de Comunicação de Massa”, mantendo o modelo das escolas de jornalismo e propondo a criação da escola de TV, rádio e cinema e a escola de publicidade e propaganda. A orientação pedagógica era voltada para o treinamento de especialistas nas atividades básicas dos meios de comunicação de massa. O projeto que contava com a direção de Pompeu de Souza, renomado jornalista, foi interrompido devido a uma crise que se instalou na UNB em 1964 e foi retomado posteriormente por Luís Beltrão que manteve a orientação anterior, introduzindo algumas alterações, como o curso de Relações Públicas. Tratava-se, portanto de um modelo único com o propósito de ensinar aos futuros profissionais de Comunicação as técnicas concernentes aos veículos e instrumentos de comunicação que se inter-relacionam com as massas, como por exemplo, jornais, revistas, rádio, televisão, agências de comunicação, agências publicidade e propaganda, cinema e outros.

Depois do modelo arrojado da UNB, a iniciativa da USP em criar a Escola de Comunicações Culturais representou um grande avanço por convergir das propostas de Brasília e proporcionar aos alunos e professores a prática intensiva nas respectivas áreas de especialização. Projetou-se, nacional e internacionalmente, como a principal escola em nosso continente e em 1970, foi ampliada e renomeada como Escola de Comunicação e Artes passando a oferecer 10 cursos ao todo e tornando-se referência para as demais instituições de ensino do país na criação de suas escolas de Comunicação.

Tantos outros fatores influenciaram o modelo de ensino adotado no Brasil e que se mantém até hoje, fatores como o próprio CIESPAL e os currículos mínimos. Mas creio que, estas experiências aqui relatadas, são fundamentais para o entendimento do padrão adotado pelas nossas escolas de Comunicação, sobre as quais percebemos que as principais alterações ocorreram no campo das tecnologias, com o surgimento da rede mundial e da internet e o avanço das novas tecnologias da informação e as novas mídias. Pouco se fez, ou ocorreu, no campo humanístico, na formação e no aperfeiçoamento do futuro comunicador, que deveria se confundir com o de cidadão, para garantir que a informação e as técnicas de comunicação fossem revertidas em benefício de toda a sociedade, em defesa dos direitos humanos e para o bem estar social. Irei, portanto, considerar a questão da extensão universitária como uma atividade que preencheria a lacuna esquecida nos modelos anteriores e que poderia proporcionar aos estudantes de Comunicação uma visão mais abrangente da realidade social e aproximação dos valores éticos e morais da profissão.

#### A EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NAS ESCOLAS DE COMUNICAÇÃO

Para um entendimento melhor sobre o que vêm a ser programas ou projetos de extensão e mais especificamente para a clareza do significado da palavra extensão, cito Paulo Freire, que fez uma análise semântica do termo e define que “a ação de extensão se dá no domínio do humano e não do natural, o que equivale dizer que a extensão dos conhecimentos e das técnicas se faz aos homens para que possam transformar melhor o mundo em que estão” (1992, p. 20). O aparecimento e o desenvolvimento da extensão universitária, no Brasil, se deu através de duas vertentes que, segundo o professor Roberto M. Gurgel, são: “as universidades populares e o modelo de extensão norte-americano” (1986, p. 31).

A universidade livre de São Paulo, surgida em 1912, se caracteriza por ser a primeira experiência de extensão universitária diretamente relacionada a uma instituição de educação superior surgida no país. Esta característica a diferenciava das demais experiências existentes na época. Podemos citar, também, os trabalhos desenvolvidos pela universidade popular do Maranhão e Rio de Janeiro. O episódio que marcou o surgimento das universidades livres no Brasil logo após a proclamação da república, foi a promulgação da Lei Orgânica do Ensino Superior e Fundamental,

que institui o ensino livre, dando autonomia didática e administrativa às instituições, ficando as mesmas isentas de qualquer fiscalização por parte dos órgãos federais.

É oportuno abirmos um parêntese, para citarmos a “autonomia” como um dos pontos mais polêmicos na reforma da educação superior proposta pelo atual governo. Na verdade este item previsto no anteprojeto de lei vem causando um grande desconforto político entre o governo, que defende o controle para a melhoria da qualidade na educação, e as organizações e instituições privadas que defendem um projeto sem preconceitos, que contemple os esforços do setor público e privado para a democratização do acesso à educação superior.

Essa divergência está explicitada nas palavras do presidente do SEMESP e membro do Fórum Nacional da Livre Iniciativa na Educação, Hermes Figueiredo:

[...] é indispensável o respeito à autonomia que a legislação vigente garante sem a interferência inconstitucional e abusiva do MEC, na liberdade de gestão acadêmica, administrativa e financeira de instituições privadas.

Na opinião do ministro da educação, Tarso Genro, “a educação é um bem público e a função educacional é uma função delegada, mesmo que seja prestada por entes não estatais ou por entes privados. A própria busca do lucro deve estar subordinada à compreensão da educação como bem público”. Como podemos perceber a questão da autonomia, depois de quase um século, volta a ser pauta de discussões entre o poder público e o setor privado.

Mas o que essa autonomia proporcionou às escolas de educação superior além da autonomia didática e administrativa? Qual era a participação das escolas e como interferiam na comunidade? No depoimento de Luis Antonio Cunha, “a universidade popular de São Paulo promovia cursos sobre os assuntos mais variados possíveis, abertos a todos os que deles quisessem participar” (1978, p. 183). Podemos afirmar então que dentre as características que irão definir o conceito de extensão, temos que considerar, necessariamente, a autonomia que cada instituição de ensino tem e na liberdade que possui para se relacionar com as comunidades, da forma que melhor lhe convier.

Quando nos referimos à forma de atuação junto às comunidades, podemos pensar nas diferentes ações que podem ser implementadas. Mas

que atividades podem ser utilizadas e que serão consideradas atividades de extensão? O professor Roberto Gurgel cita, os “cursos de extensão”, como a primeira formulação extensionista do país e ainda a mais conhecida e difundida nacionalmente. Aproveita para fazer uma crítica, na qual aponta que esses cursos estão “desligados do todo acadêmico, na maioria das vezes totalmente assistemáticos e que não despertam nenhum interesse das populações de um modo geral”.

Um fato importante, que veio somar-se ao surgimento das escolas populares ou livres, foi o Manifesto de Córdoba, ocorrido na Argentina em 1918. Uma manifestação estudantil que questionava o modelo tradicional das escolas latino americanas e exigia um outro papel das instituições no combate ao imperialismo e às ditaduras. “A extensão universitária, no documento de Córdoba, é vista como objetivadora do fortalecimento da universidade, pela projeção da cultura universitária ao povo e pela maior preocupação com os problemas nacionais. A extensão propiciaria, portanto, uma projeção do trabalho social da universidade ao meio e sua inserção em uma dimensão mais ampla” (GURGEL, 1986, p. 36).

No início dos anos 60, surgem experiências inovadoras no relacionamento entre a universidade e a sociedade. A maioria delas se caracterizaram pela atuação local e regional, tendo o viés cultural como proposta de inserção nas comunidades. Foi o caso do Centro Popular de Cultura que tinha como base o teatro de rua formado por grupos artísticos efetivamente favoráveis às classes subalternas, o Serviço de Extensão Cultural da Universidade Federal de Pernambuco, ligado ao Movimento de Cultura Popular, órgão da prefeitura de Recife, com o objetivo de conscientizar as massas através da alfabetização de adultos e da educação de base.

Outra experiência que marca a história da extensão universitária no país e principalmente no campo da comunicação se dá na Universidade Católica de Pernambuco, com o professor Luiz Beltrão, que identifica uma rede popular de comunicação em articulação com os meios convencionais de difusão de informações. Segundo o professor Marques de Melo, “a aproximação dos estudantes de comunicação com setores da população trabalhadora permitiu-lhes, de um lado, um aprendizado prático do jornalismo em situação viva, porque sintonizado com o público real, e de outro lado, um conhecimento da vida cotidiana na periferia” (1991, p. 47). Esse início vai marcar de vez a atuação das escolas de comunicação nas comunidades onde estão presentes, com a participação de alunos e professores no

desenvolvimento de canais de comunicação, mais especificamente, jornais de bairro, jornais comunitários. A partir de 1968, a extensão passou a compor de modo efetivo o discurso governamental, contando com meios para a operacionalização de ações da universidade em relação à comunidade. O modelo extensionista americano, associado à idéia de extensão como prestação de serviços, também influenciou algumas escolas brasileiras. Entenderemos extensão “em função do desenvolvimento de comunidades, da realização de cursos e conferências de caráter variado, cursos por correspondência, cursos noturnos, curso para preparação de professores, entre outras atividades”. (GURGEL, 1986, p. 62). O professor Gurgel também cita a chegada ao Brasil de Rudolph Atcon, que posteriormente criaria o CRUB – Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras, e que daria à extensão uma função de destaque. Segundo Atcon, “à extensão caberia o papel de promover contatos estreitos com a comunidade, para servir às suas instituições espirituais, sociais, artísticas, econômicas, científicas e industriais”.

## CONCLUSÃO

A construção do modelo dos cursos de Comunicação no Brasil, nas experiências que se seguiram no decorrer do tempo e que apontaram para o modelo “ideal” que pretendia contemplar tanto os pressupostos teóricos, por meio das teorias humanistas que proporcionariam ao futuro profissional um entendimento maior sobre o papel da comunicação e sua interferência social, quanto os pressupostos práticos que procuraram atender a uma demanda mercadológica, capacitando os alunos para operarem as “máquinas” tecnológicas. Este foi o modelo herdado pelos atuais cursos de Comunicação, com a tendência forte de preparar profissionais para serem absorvidos pelo mercado de trabalho. Mas há questões precisam ser respondidas:

- a) O mercado absorve de fato todo o contingente anual de novos comunicadores? e;
- b) Eles estão preparados para o desafio que será apresentado?

Definiria o mercado da comunicação em 4 campos. O primeiro, constituído pelo universo dos meios de comunicação responsáveis por

PEDAGOGIA DA COMUNICAÇÃO

toda a comunicação de massa, jornais, televisão, rádio, internet e a mídia eletrônica através dos seus diversos formatos, o segundo estabelecido pela comunicação empresarial, que seria o campo de atuação nas organizações globais desenvolvendo todas as estratégias de comunicação institucional e mercadológica, promovendo a imagem das empresas, a exposição dos produtos e serviços que garantiriam a sobrevivência e a sustentabilidade perante a concorrência de mercado, o terceiro seria constituído pelo campo governamental, onde o futuro profissional desenvolveria suas habilidades colaborando para a construção e implantação das políticas públicas de comunicação onde a ética e a democracia formariam o componente maior de atuação e o quarto o campo não-governamental, constituído pelas organizações com finalidade pública, ou seja, que pertençam à sociedade civil e que tenham como objetivo desenvolver ações que contribuam com a diminuição das diferenças sociais.

Quando percebemos o mercado de trabalho como foi sugerido, podemos fazer uma outra reflexão: que a responsabilidade do futuro comunicador social é muito grande, seja em relação às cobranças de resultado, ao compromisso social, à responsabilidade na transmissão da informação, e tantos outros valores éticos e morais pertinentes à profissão. Quando pensamos em se realmente o mercado absorve o contingente de egressos dos cursos de Comunicação, pensamos também se realmente eles estão capacitados para a missão que os espera e, automaticamente, na experimentação que eles tiveram ao longo dos atuais quatro anos de curso. Não seria também papel da extensão universitária garantir a experimentação prática, onde os futuros profissionais poderiam desenvolver projetos e programas junto às comunidades e organizações ao mesmo tempo em que vivenciariam no relacionamento constante a realidade tanto a de mercado como a social. Estas são as maiores preocupações quando se apresenta a questão sobre a extensão nas escolas de Comunicação.

Com base nos conceitos de extensão apresentados, faço aqui uma reflexão sobre o cenário atual onde estão inseridas as escolas de Comunicação e ao mesmo tempo um questionamento a respeito do papel das escolas na formação dos futuros profissionais de comunicação. As escolas de Comunicação se relacionam com as comunidades onde atuam? Desenvolvem algum tipo de projeto ou programa com o objetivo de buscar o desenvolvimento sustentável? As escolas deveriam retribuir à sociedade o conhecimento desenvolvido por alunos e professores, contribuindo assim para a

melhoria da qualidade de vida, além de cumprir apenas a função principal que é formar e capacitar profissionais para o mercado de trabalho.

O conceito de “responsabilidade social” vem sendo usado por algumas instituições de ensino superior – IES, como referência às ações sociais que desenvolvem junto às suas comunidades. Esse mesmo conceito foi usado pelo coordenador de operações do Projeto Rondon, general Gilberto Barbosa, para descrever os objetivos para o relançamento do programas em 2004:

[...] desenvolver no estudante universitário o sentimento de responsabilidade social e patriotismo; conhecer as particularidades e diversidades da realidade brasileira; diagnosticar os problemas e necessidades das comunidades selecionadas; facilitar o desenvolvimento de soluções locais ou regionais desses problemas; contribuir para o intercâmbio entre instituições de ensino, governos locais e comunidades.

Percebemos que este conceito foi adotado no discurso empresarial, e serve para definir aquelas empresas que, além da produção e do lucro, também se preocupam com o desenvolvimento social dos seus funcionários e da comunidade onde estão presentes. É mais um componente estratégico na comunicação empresarial com o objetivo de agregar valor à imagem da empresa do que um compromisso de longo prazo para melhorar a qualidade de vida das pessoas que são atendidas pelos projetos que desenvolvem.

Por que não adotar o conceito de extensão baseado na inserção das escolas de ensino superior na sociedade por meio da prestação de serviços às comunidades carentes, estimulando a participação dos alunos e professores com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento social e humano, bem como a participação e inserção da comunidade nas atividades desenvolvidas pelas instituições de ensino? Nesta relação de troca, as escolas de Comunicação poderão realizar uma reflexão permanente sobre o seu papel na sociedade e contribuir para a melhor formação humanística e técnica dos futuros profissionais de comunicação.

É importante ressaltar que a Lei de Diretrizes e Bases da educação – LDB – no item VI e VII do artigo 43, cita que a educação superior tem por finalidade:

- estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade;
- promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das

conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica geradas na instituição.

Esta pesquisa não teve uma abrangência tal para determinar exatamente quais escolas vêm cumprindo o seu papel, mas persiste a certeza de que a extensão universitária poderia moldar a matriz do ensino nas escolas de Comunicação das próximas décadas. No mundo atual, globalizado, onde as diferenças socioeconômicas são cada vez maiores a comunicação se faz cada vez mais presente, não em número ou em qualidade técnica, mas em qualidade humana. A formação humana do futuro profissional de comunicação deveria se tornar prioridade em contraponto, ao que existe hoje, à ênfase somente na formação e capacitação técnica. Como garantir a mudança do modelo atual da comunicação no mundo se não prepararmos os futuros comunicadores apresentado a eles a realidade social em que vivemos. Neste sentido, as escolas têm uma grande responsabilidade e as ações de extensão proporcionariam além da experimentação uma oportunidade única de inserção na vida real e de retribuição social do aprendizado adquirido em sala de aula.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALBI, Marília. O sonho da integração. *Ensino Superior*, nº 78, pp. 42-6, março. 2005.
- CUNHA, Luiz A. **A universidade temporã**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
- FIGUEIREDO, Hermes. Mudanças por etapas. *Ensino Superior*, nº 78, pp. 10-11, março. 2005.
- FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- GENRO, Tarso. A favor da elite plural. *Carta Capital*, nº 331, pp. 28-31, março. 2005. Entrevista.
- GURGEL, Roberto M. **Extensão Universitária: comunicação ou domesticação**. São Paulo: Cortez, 1986.
- MARQUES DE MELO, José. **Comunicação e Modernidade**. São Paulo: Loyola, 1991.
- \_\_\_\_\_. **Contribuições para uma pedagogia da Comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1974.
- \_\_\_\_\_. **História do pensamento comunicacional: cenários e personagens**. São Paulo: Paulus, 2003.
- RIZZINI, Carlos. **O Ensino do jornalismo**. Rio de Janeiro: Nacional, 1953.