

RELAÇÕES COMUNICACIONAIS ENTRE A UNIVERSIDADE E A SOCIEDADE¹

Eugenia Maria Mariano da Rocha Barichello
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Brasil

1. INTRODUÇÃO

Nesta investigação procuramos articular os conceitos de “legitimação” entendida como o processo que engloba as práticas de “explicação” e “justificação” de uma instituição perante uma sociedade, conforme proposto por Berger e Luckmann (1997) e o processo de “deslegitimação”, entendido como o não reconhecimento das práticas de legitimação por parte de uma sociedade, no sentido que lhe atribui Lyotard (1986), para investigar a “visibilidade” (Foucault, 1986) da universidade frente à sociedade em diferentes períodos históricos, especialmente no atual. Partimos do pressuposto de que a necessidade de legitimação acompanha o próprio processo de institucionalização e tem como objetivo explicar e justificar a instituição perante a sociedade.

A partir dessa prerrogativa, buscamos compreender como a universidade tornou-se o local por excelência da legitimação do saber, processo que atingiu o seu auge na modernidade, quando a existência de um local próprio para a busca desinteressada do saber é sustentada pela própria filosofia. Essa breve historicização torna-se necessária para a compreensão do processo de deslegitimação que a instituição sofre atualmente, diante de novos padrões de legitimidade impostos pela racionalidade de mercado como, por exemplo, as novas formas de mensurar o seu desempenho, derivadas de sua posição como uma organização burocrática. Tais padrões são decorrentes da abertura da instituição e da operacionalização da ciência, ou seja, da aplicação do saber junto à sociedade. Na atualidade está ocorrendo uma mudança nas formas de obter legitimação, isto é, a universidade deixa, progressivamente, de ser legitimada como local de busca da verdade pela verdade, e tende a acompanhar a racionalidade mercadológica atualmente em vigor.

Além disso, é possível observar uma transferência da cena do processo de legitimação, que deixa de ser o local onde ocorrem as práticas institucionais e inclui, cada vez mais, a representação e justificação das mesmas nos meios de comunicação de massa. Os mídias são o principal dispositivo contemporâneo de visibilidade da instituição universitária, sendo responsáveis, em grande parte, pela sua legitimação junto à sociedade.

2. O PODER OUTORGADO PELA VISIBILIDADE

Utilizamos aqui o conceito de visibilidade proposto por Michel Foucault, que estudou profundamente as instituições procurando entendê-las como formadoras de sujeitos, de acordo com a grade de poder de cada período histórico.

Segundo Foucault (1990), o poder é uma prática social e, por isso mesmo, é constituído historicamente e se articula com a estrutura econômica. O que Foucault chamou de microfísica do poder

¹ La investigación cuenta con el apoyo del Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq de Brasil

significa tanto um deslocamento do espaço de análise quanto do nível que este se efetua. De acordo com a sua categorização, as sociedades e seus respectivos regimes de visibilidade podem ser divididas em: sociedade de soberania, onde o rei ou senhor exercia o poder, por meio de uma vigilância externa e geral; sociedade disciplinar, na qual as instituições são um dos maiores dispositivos de visibilidade, principalmente com relação ao funcionamento dos aparatos institucionais; e sociedade de controle, que está substituindo a sociedade disciplinar, na qual ocorre a implantação progressiva e dispersa de um novo regime de dominação, ou seja, o exercício do poder à distância.

A questão da visibilidade das instituições acompanha o desenvolvimento da sociedade. No decorrer da época clássica, nas ditas sociedades de soberania, foram construídos os "observatórios da multiplicidade humana" (Foucault, 1990). O modelo de observatório quase ideal é o acampamento militar, onde o poder é exercido pelo jogo de uma vigilância exata. O acampamento é o diagrama de um poder que age pelo efeito de uma visibilidade geral e direta. No sistema clássico, o controle do poder era confuso, global e descontínuo. Era o poder do soberano sobre os grupos de famílias, cidades e paróquias.

Mudanças sociais ocorridas nos séculos XVIII e XIX levaram a alterações desse jogo de poder, que foi sendo gradativamente substituído pelo que Foucault denomina de sociedades disciplinares, as quais atingiram seu apogeu no século XX. A passagem de uma forma de dominação para a outra ocorreu quando a economia do poder percebeu ser mais eficaz e rentável "vigiar" do que "punir".

Coube às sociedades disciplinares organizar os grandes meios de confinamento, os quais tinham como objetivo concentrar e compor, no tempo e no espaço, uma forma de produção cujo efeito deveria ser superior à soma das partes. O indivíduo não cessava de passar de um espaço fechado ao outro: família, escola, fábrica, universidade e, eventualmente, prisão ou hospital.

A existência de mecanismos disciplinares é anterior ao período que Foucault denominou como sociedade disciplinar, mas eles existiam de forma isolada, fragmentada. O padrão de visibilidade das sociedades disciplinares voltou-se para o interior dos prédios das instituições, que passaram a ser construídos para permitir o controle interno.

Podemos situar o nascimento da universidade, como é concebida hoje, na sociedade de soberania (séculos XI a XIII) e afirmar que ela atingiu seu ápice na sociedade disciplinar (séculos XIX e XX), quando constituiu-se não só como instituição organizada mas também legitimou-se territorialmente através de espaços singulares, as cidades universitárias.

A universidade moderna, seguindo uma disposição organizacional e espacial, que separou em compartimentos estanques as diferentes áreas do conhecimento, é um exemplo típico de dispositivo da sociedade disciplinar.

Atualmente, encontramos-nos numa crise generalizada de todos os meios de confinamento da sociedade disciplinar e assistimos à instalação de uma sociedade que controla à distância. Desse modo, a crise das instituições modernas representa a implantação progressiva e dispersa de um novo regime de dominação. A lógica da sociedade disciplinar é analógica, ou seja, descontínua e diferenciada em cada confinamento, enquanto a da sociedade de controle é numérica e constante.

Podemos vislumbrar na concepção da universidade ora em crise características de uma instituição típica da sociedade disciplinar, ou seja, um espaço destinado a moldar o indivíduo, serializá-lo, produzi-lo

para desempenhar determinadas funções na sociedade. Essas características imprimem um descompasso crescente entre a concepção de universidade moderna e a sociedade do nosso tempo, na qual o poder é exercido à distância, de forma quase invisível, e o indivíduo não está mais submetido a moldes, mas a modulações. A diferença da formação por moldes daquela que se dá por modulação é que a primeira opera como uma fábrica, pretendendo formar os indivíduos em série e de uma forma massiva, enquanto a segunda opera de maneira contínua, de acordo com variações constantes e flexíveis e a formação tende a ser exercida de forma permanente.

Hoje vivemos numa sociedade que funciona por controle contínuo e comunicação instantânea. O campo de incidência do poder opera sobre o controle do tempo. Encontramo-nos numa crise generalizada de todos os meios de confinamento. Já não existe mais reserva de conhecimento institucionalizada, sendo que a universidade divide e compete com outros organismos na tarefa de produzir conhecimento.

Diante da fragmentação das diferentes dimensões da experiência, cabe à comunicação colocar em contato os diferentes campos autônomos do saber. Situar a comunicação num plano estratégico é considerar a inserção e a singularidade da instituição universitária na contemporaneidade e nos imperativos de uma nova ordem mundial calcada na desterritorialização provocada pelo capital e apoiada nas novas tecnologias de informação e nos *mass media*. Na atualidade, a visibilidade das instituições depende de sua capacidade de informar e comunicar seus atos.

A seguir, trataremos da situação dos mídia como novo local de visibilidade da sociedade contemporânea e, portanto, como novo local da cena de legitimação, considerando que, na sociedade atual, não só é necessário legitimar os atos da instituição universitária mas também torná-los legítimos por intermédio desses novos suportes de visibilidade.

3. UM NOVO LOCAL DA CENA DE LEGITIMAÇÃO

A sociedade pós-industrial é caracterizada pela passagem de uma economia produtora de mercadorias para uma economia produtora de bens de serviço, na qual a técnica exerce sobre os atores sociais um poder reestruturante e reorganizador. Segundo Muniz Sodré (1995, p.8), "no processo de globalização das culturas do mundo, o consumo, enquanto imperativo de mercado, aparece como uma doutrina sem nome preciso, com pretensão de substituir as formas representativas tradicionais."

Muniz Sodré denomina "tecnocultura" a aliança estabelecida entre comunicação e tecnologia, que abrange desde os meios de comunicação de massa tradicionais até as atuais redes telemáticas. Para ele, mais do que em "centros" de irradiação, podemos falar em "lugares" de absorção e transformação do fluxo histórico-dinâmico da vida social em projeções fantasiosas que pretendem dar conta da realidade em sua máxima objetivação. Esses lugares são os meios de comunicação de massa, a arquitetura, o urbanismo, a economia, a política e a educação.

Podemos deduzir, então, que a comunicação das instituições deve valer-se de estratégias que articulem a sua interação com a sociedade, pois as novas tecnologias possibilitam novas formas de sociabilidade, modificam antigas formas, criam situações diferenciadas para a ação e interação e, portanto, reestruturam as relações existentes entre as instituições e organizações e a sociedade da qual elas fazem parte.

A nova cena de legitimação se dá na mídia, onde a comunicação serve para legitimar os discursos, os comportamentos e as ações, substituindo o papel desempenhado pelas religiões nas sociedades tradicionais. Para dar conta do processo de legitimação das instituições pelos *mass media*, é preciso levar em consideração as duas esferas da experiência atual: informação e comunicação. A primeira cada vez mais se autonomiza em relação ao campo da experiência cotidiana, é uma realidade relativa que compreende o conjunto de acontecimentos que ocorrem no mundo e formam o nosso meio ambiente. Os acontecimentos são tanto mais informativos quanto menos previsíveis e inesperados. À medida em que uma mensagem vai integrando o mundo das mensagens socialmente aceitas como prováveis e indiscutíveis, o seu valor informativo vai diminuindo. Já a comunicação ocorre entre indivíduos que pertencem ao mesmo mundo cultural, sendo um processo dotado de relativa previsibilidade (RODRIGUES, 1994).

O processo de planejamento da comunicação que demarca o posicionamento estratégico de um bem material ou simbólico trabalha com estratégias de enunciação e reconhecimento, pretendendo diminuir a imprevisibilidade, pois os processos comunicacionais são dotados de valores, que põem em jogo as estratégias dos intervenientes no processo. As regras são regidas por princípios de natureza simbólica e suas manifestações enraízam-se nas expectativas geradas pela convivência no seio de um espaço cultural concreto. Esse processo é reversível, cada um dos intervenientes é, ao mesmo tempo, destinador e destinatário de uma mensagem. Assim, a comunicação é um processo de trocas simbólicas generalizadas, que alimenta a sociabilidade e gera os laços sociais.

Porém, não se pode deixar de considerar que os meios de comunicação, na sua modalidade reticular de organização, são dispositivos que contribuem para o alargamento de nossa experiência para além das fronteiras territoriais, geram novas expectativas e criam novos hábitos, provocando uma desterritorialização do quadro tradicional da vida individual e coletiva. Na atualidade, assiste-se à instalação de uma experiência planetária que se sobrepõe à experiência cultural concreta dos quadros de representação da realidade. Torna-se necessário, então, saber se as razões invocadas para legitimar os discursos, as ações e omissões no seio de uma comunidade, podem ser reconhecidas não só por seus interlocutores mas também pelos que acompanham estas ações através dos meios de comunicação.

Adriano Duarte Rodrigues vai além e coloca o problema de saber se, com a autonomização do campo da informação, não estamos assistindo ao aparecimento de uma nova modalidade de racionalidade, autônoma em relação às regras de legitimação enraizadas na experiência concreta das diferentes comunidades humanas. A informação atravessa fronteiras e constitui uma espécie de denominador comum de todas as nações. Dessa forma, "a visibilidade dos acontecimentos e das pretensões legítimas passou a depender mais da capacidade de encenação mediática do que da força argumentativa das razões.

A instantaneidade e a telemática forçam o ritmo e a natureza de produção do conhecimento. Criam-se novos fluxos de saber e novos formatos organizacionais das instituições de ensino. Criam-se, também, novas mediações e interlocuções entre as instituições e a sociedade, nas quais a atuação dos meios de comunicação é peça fundamental e legitimadora de um processo permanente de construção da sua identidade, assunto que trataremos a seguir.

4. A IDENTIDADE COMO CONSTRUÇÃO

Se procurarmos no dicionário encontraremos as seguintes definições para o termo identidade: “é a qualidade do idêntico; o conjunto de características próprias e exclusivas de uma pessoa, como nome, idade, estado, profissão, sexo, defeitos físicos e impressões digitais; o reconhecimento de que um indivíduo morto ou vivo é o próprio; a carteira de identidade; a relação de igualdade válida para todos os valores das variáveis envolvidas”.

Para a semiologia, identidade é o conjunto de marcas que estruturam o modo de ser dos indivíduos e, ao mesmo tempo, é um conjunto de senhas através das quais os indivíduos se permitem ser identificados e também se identificar. A identidade se define, portanto, na dinâmica das trocas, no intercâmbio entre crenças e construções simbólicas.

Levi Strauss citado por Bernd (1992, p.14) definiu identidade como uma palavra abstrata, sem existência real, mas indispensável como ponto de referência. Segundo ele, a identidade é um conceito que não pode afastar-se do de alteridade, pois a identidade que nega o outro permanece a mesma. Excluir o outro leva a uma redução, pois é impossível conceber o ser fora das relações que o ligam a outro. Além disso, a identidade não se relaciona a um único referente empírico, mas concretiza-se em relação a vários. Desse modo, podemos considerar a identidade como uma entidade que se constrói simbolicamente no próprio processo de sua determinação.

Manuel Castells (1999, p.22) entende por identidade “o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda, um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(is) prevalece(m) sobre outras fontes de significado.” O autor afirma que pode haver identidades múltiplas, tanto para um indivíduo como para um ator coletivo e que essa multiplicidade é fonte de tensão e contradição, que se reflete tanto na ação social como na auto-representação. Por isso, defende ser necessária a distinção entre identidades e papéis, sendo as identidades fontes mais importantes de significado do que os papéis, devido ao processo de autoconstrução e individuação que envolvem. Segundo sua concepção, cabe às identidades organizarem significados e aos papéis organizarem funções.

Na mesma obra, o autor propõe que, uma vez que a construção social da identidade ocorre em um contexto marcado por relações de poder, podem ser distinguidas três formas e origens de construção de identidade coletiva: “identidade legitimadora”, “identidade de resistência” e “identidade de projeto”.

A “identidade legitimadora” é introduzida pelas instituições dominantes da sociedade com o objetivo de aumentar e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais. Esse tema se aplica às diversas teorias do nacionalismo e é estudado por Richard Sennett em sua Teoria da Autoridade e Dominação.

A “identidade de resistência” é criada por atores sociais que se encontram em posições ou condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação, construindo trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios diferentes daqueles preconizados pelas instituições à sociedade ou opostos a estes, como propõe Craig Calhoun ao relatar as origens da “política de identidade.”

A “identidade de projeto” ocorre quando os atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural disposto ao seu alcance, procuram construir uma nova identidade, capaz de redefinir a sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, buscam a transformação de toda a estrutura social.

Ainda segundo Castells, existe uma dinâmica entre esses três tipos de identidade, uma podendo transformar-se em outra, sendo que cada tipo de processo de construção de identidade pode levar a um

resultado distinto no que se refere à constituição da sociedade. A legitimadora daria origem a uma sociedade civil; a de resistência levaria à formação de comunas ou comunidades e a de projetos levaria à construção de sujeitos.

Nossa proposta é pensarmos a instituição universitária como detentora de uma dupla identidade: uma legitimadora e outra de projeto. A primeira refere-se à universidade como instituição hegemônica do medievo e da modernidade, que necessita legitimar-se perante à sociedade. A segunda decorre do núcleo comum das universidades, ao qual denominamos, no segundo capítulo, de *núcleo abstrato*, renovado sob diversas formas de organização em tempos e lugares diversos e que significa ser a universidade uma comunidade do saber.

Acreditamos que a identidade legitimatória da universidade - representada especialmente pela sua vinculação ao Estado - encontra-se em crise na esteira da transformação de todas as outras instituições modernas e, um exemplo disso, é a crise dos discursos que representam a universidade junto à sociedade. Já a identidade de projeto é renovada sempre que ocorre a vivência e a partilha de um projeto comum por uma comunidade universitária e a concretização da instituição em um território. Nesse sentido, os membros da comunidade universitária podem viver uma identidade de redefinir a sua posição na sociedade.

Referindo-se à identidade coletiva de instituições e empresas, Gaudêncio Torquatto do Rego (1994) afirma que "por identidade deve-se entender a soma das maneiras que uma organização escolhe para identificar-se perante os seus públicos. Imagem, por outro lado, é a percepção da organização por aqueles públicos".

Entendemos que o autor está se referindo ao que denominamos, neste trabalho, identidade legitimatória de uma instituição, a qual é definida por práticas de representação que podem ser reconhecidas ou não pela sociedade. Da mesma forma, acreditamos que o processo de deslegitimação, ou seja, o não reconhecimento das práticas de justificação e explicação da instituição refere-se a essa identidade da instituição.

Atualmente, identificar uma instituição significa reconhecê-la dentre tantas outras similares, pois o processo de identificação é determinado pelo olhar dos outros (sujeitos e organizações) e pelo relacionamento com esses outros. Podemos supor, então, que a identidade é uma construção que se produz através das situações e das experiências que a moldam.

Relativizar o conceito de uma identidade estável torna-se importante na atualidade não só para o sujeito individual mas também para as identidades coletivas, como as de uma instituição ou de uma organização. Para explicitar essa questão, resgatamos a evolução da teoria das organizações que inicia com a analogia a um sistema fechado – como uma reação química feita em um vidro de laboratório – seguida da noção de uma identidade perene, e desemboca na percepção da organização como sistema aberto – onde são realizadas trocas com o ambiente - e na complexidade, retratando as relações da organização com o mundo e consigo mesma, numa pluralidade constantemente renovada.

É diante dessa ótica que Michel Mafesoli coloca dar-se a construção da identidade na relação, na lógica comunicacional, à qual denomina "processo ou lógica de identificação" (1996, p. 304). Acreditamos que uma perspectiva semelhante possa ser utilizada para pensar a instituição universitária da atualidade, que depende da comunicação interna e externa não só para formar uma imagem que a legitime, mas

também para construir uma identidade através de suas ações. Podemos propor uma identidade, mas esta será sempre reelaborada no convívio entre o dentro e o fora.

As primeiras teorias das organizações consideravam só o dentro (o interno, a estrutura) e seus conflitos. Foi com a abordagem sistêmica que as organizações começaram a dar ênfase à sua comunicação como condição de continuidade. É pensando a identidade como construção que se pode perceber que os grupos e as instituições constituem-se e perduram a partir de um pólo idealizador, de uma figura, ideal, ou imagem, ou seja, de um projeto comum compartilhado entre seus membros. Além disso, estamos certos de que, cada vez mais, esse projeto precisa ser legitimado através de uma relação comunicacional mais ampla com a sociedade.

Tomando a identidade como produto de uma construção e colocando-nos perante a racionalidade de mercado, poderíamos trazer para o cenário da instituição universitária atual a proposição de Mafesoli de que "um produto, seja qual for, só vale na medida que saiba se teatralizar" (1996,p.328). E aqui entenderíamos o teatralizar-se como comunicar-se de forma intencional e propor enunciados tanto para o público interno como para o externo, os quais possam ser reconhecidos pelos mesmos. Como a mídia propõe constantemente modelos de identificação, teatralizar-se, neste caso, seria, também, participar da cena midiática, ou seja, utilizar a mídia como dispositivo de visibilidade para a legitimação da instituição universitária.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação é fator de troca e transformação que se estabelece tanto entre as diferentes áreas do saber na comunidade universitária como entre a instituição e a sociedade. Desde que o saber instrumental instaurou na modernidade uma autonomização dos sujeitos individuais e coletivos em relação à legitimação - deslocando os lugares fixos e facilmente referenciáveis da tradição - a comunicação das instituições depende da sua capacidade de dar visibilidade às suas ações. A instalação de uma comunicação racional foi seguida pelo deslocamento da cena de legitimação para a arena dos meios de comunicação, fato que atinge seu auge nos tempos atuais de globalização.

A identidade deixou de ser entendida como um referencial seguro e estável e passou a se constituir em um processo em permanente construção. E essa nova perspectiva aplica-se não apenas à identidade do sujeito mas também a das instituições.

Este estudo procurou demonstrar que o processo de formação da identidade institucional é realizado através das relações comunicacionais, sendo constituído por inúmeros fatores que se inter-relacionam, os quais podem ser internos ou externos à universidade. Consideramos como fatores externos propriamente ditos aqueles cuja pressão sobre a instituição se dá de forma constante, mas que não sofrem influência das suas ações diretas. Dentre eles destacamos o fator econômico e o tecnológico, que desenvolvem uma atuação transformadora em todas as organizações contemporâneas, impondo palavras de ordem como flexibilidade, excelência e visibilidade. A essa atuação constante e transformadora contrapõe-se a experiência cotidiana de realizar algo em algum lugar, a qual gera os fatores internos que contribuem para a formação da identidade institucional. Dentre esses, o mais importante na construção da identidade é a vivência constante de um projeto, uma concepção diferenciada e passível de ser concretizada, que reúna a comunidade universitária em torno de objetivos comuns.

Consideramos, também, que a ligação da instituição universitária com o seu território pode constituir-se em uma força de resistência à desterritorialização. Isso porque, na confusão da mistura e das hibridizações, o próximo fica esquecido, a solidariedade é relegada e o conceito de comunidade tende também a desterritorializar-se e a possuir uma existência virtual, processos que podem ser contrapostos pelo investimento no local. A universidade pode funcionar como reforçador do local sem deixar de lado a experiência globalizada típica de nossa época.

Acreditamos que o destino da universidade está ligado às relações comunicacionais que a comunidade universitária conseguir estabelecer com a sociedade do seu tempo. Só as práticas comunicacionais calcadas na renovação de seu projeto identitário coletivo poderão construir uma universidade para os novos tempos e espaços, dando conta da utilização dos modelos comunicacionais já referenciados e de suas respectivas formas de sociabilidade e, também, das novas possibilidades de constituição da comunidade universitária.

As formas possíveis de estruturação da instituição universitária mudam de acordo com o aparato tecnocomunicacional e as bases culturais disponíveis, mas a força de um poder comum aos integrantes da comunidade universitária persiste através das práticas de comunicação estabelecidas no cotidiano e da renovação de seu projeto identitário.

É dentro dessa compreensão de comunidade como ação que podemos reconhecer a permanência da universidade, a sua constante reinterpretação, tendo como âmbito a comunidade do saber - uma comunidade como projeto gerador de identidade - convivendo e formando uma instituição que, por suas práticas comunicacionais de representação institucionalizadas, constrói, também, uma identidade legítima. Essa dupla identidade da universidade tem proporcionado a sua duração, no ocidente, há quase mil anos - isto posto talvez numa perspectiva reducionista, que não considera suas possibilidades anteriores de existência no Ocidente ou no Oriente.

A "identidade legítima" está representada, ainda hoje, pelas práticas da concepção da universidade moderna, cuja existência estava ligada ao Estado-nação e à formação da cultura nacional. A crise atual da instituição é decorrente das pressões de um novo contexto e, especialmente, de uma racionalidade ligada ao mercado. É essa nova racionalidade que provoca a operacionalização do saber e a deslegitimação de suas práticas, impondo novas exigências à instituição universitária - embora seja significativo considerar que a universidade, em suas diferentes corporificações, já passou por outras mudanças críticas no transcurso da história, como foi demonstrado no decorrer deste trabalho.

A "identidade de projeto" é encontrada no seu *núcleo abstrato*, no projeto de formar sujeitos e formar-se continuamente como sujeito coletivo da história. Está ligada ao conceito de universidade, entendida como comunidade do saber, que pode tomar corpo, por meio de novos projetos e reinterpretações, transformando-se em *universidades concretas*.

Acrescentaríamos um fator complexificador nessa grande sociedade global: a premissa de que ela ainda é - mesmo com a possibilidade de ampliação do alcance e democratização das redes interativas reticulares - delimitada por inúmeras comunidades capazes de se identificar pela diferença de seu existir, de seus projetos e de suas formas de legitimação.

Essa mimese da grande rede, a rede como estrutura, tem muitas implicações em uma instituição destinada a cultivar o saber. Poderíamos dizer que os três modelos de comunicação - tradicional, moderno

e reticular - perpassam as formas de construção da identidade coletiva. Além disso, a complexidade da instituição universitária faz com que ela tenha uma dupla identidade: a identidade legitimatória – que temos visto enfraquecer com a passagem do modelo moderno para o atual e que entra em crise juntamente com as demais instituições dominantes modernas - e a identidade de projeto - mantida pela comunidade universitária - que ainda está viva e tem condições de ser renovada.

A universidade como um conceito contemporâneo é persistente e nele, paradoxalmente, as instituições tenderão ao local e ao global, pois estarão cada vez mais interligadas na busca do saber e cada vez mais identificadas e separadas na busca de projetos identitários.

BIBLIOGRAFIA

BARICHELLO, Eugenia M.M.R. (org.) *Universidade e Comunicação*. Santa Maria: Imprensa Universitária, 1998.

_____. *Universidade e comunicação: Identidade institucional, legitimidade e territorialidade na cena da nova ordem tecnocultural*. Tese (Doutorado em Comunicação) Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2000.

BAUDRILLARD, Jean. *A ilusão do fim*. Lisboa: Terramar, 1995.

BAUMAN, Zigmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BERGER, Peter. e LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1997.

BERND, Zilá. *Literatura e identidade nacional*. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 1992.

BOURDIEU, Pierre; COLEMAN, James (org). *Social Theory for a Changing Society*. Boulder: Westview Press, 1991.

CALHOUN, Craig (org). *Social Theory and the Politics of Identity*. Oxford: Blackwell, 1994.

CASTELLS, Manuel. *O poder da Identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CATANI, Afrânio Mendes. (org.) *Universidade na América Latina: tendências e perspectivas*. São Paulo: Cortez, 1996.

CHARLE, Christophe e VERGER, Jacques. *História das Universidades*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1996.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

DRÉZE, Jacques. DEBELLE, Jean. *Concepções de universidade*. Fortaleza: Ed. da Universidade Federal do Ceará, 1983.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1990.

_____. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 1986.

FRIGOTTO, Gaudêncio. *Educação e crise do capitalismo real*. São Paulo: Cortez, 1995.

HABERMAS, Jürgen. *L'Espace Public*. Archéologie de La Publicité comme Dimmension Constitutive de la Societé Burgeoise. Paris: Payot, 1978.

HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: D P & A, 1997.

- KERR, Clark. *The Uses of the University*. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1982.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Universidade e Comunicação na edificação da sociedade*. São Paulo: Loyola, 1992
- LÁZARO, André. *Visão e ação: a universidade no século XXI*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.
- LÉVY, Pierre. *L'Intelligence colective*. Paris: La Découverte, 1995.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O crepúsculo do dever*. Lisboa: Dom Quixote, 1994.
- LYOTARD, Jean-François. *O Pós-moderno*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.
- MACINTYRE, Alasdair. *Dopo la virtù*. Saggio de teoria morale. Milano: Giangiacomo Feltrineli Editore, 1993.
- MAFFESOLI, Michel. *No fundo das Aparências*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- MARIANO DA ROCHA FILHO, José. La Nueva Universidad de las Americas. In: *?Puede el hombre traspasar los límites de la cultura?* . Washington: American Association of State Colleges & Universities, 1973.
- MATTELART, Armand e MATTELART, Michelle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.
- MORGAN, Gareth. *Imagens da Organização*. São Paulo: Atlas, 1996.
- NEIVA JÚNIOR, Eduardo. *Comunicação. Teoria e Prática Social*. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- ORTEGA Y GASSET, José. *Mission de la Universidad*. Madrid: Alianza Editorial, 1982.
- ORTIZ, Renato. Notas sobre la problemática de la globalización de las sociedades. *Diá-logos de la comunicacion*. Revista Teórica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, n.41, p. 5-11, março. 1995.
- PAIVA, Raquel. *O espírito comum*. Comunidade, mídia e globalismo. Petrópolis: Vozes, 1998.
- READINGS, Bill. *For a Heteronomous Cultural Politics: The University, Cultur and State*. *Oxford Literary Rewiew*. n.13, p. 163-200, 1993.
- REGO, Gaudêncio Torquato do. *Comunicação Institucional. Comunicação Empresarial: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnica*. São Paulo: Summus. 1986.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da comunicação: Questão comunicacional e formas de sociabilidade*. Lisboa: Presença, 1990.
- SANTOS, Boaventura. *Pela mão de Alice*. O Social e o Político na Pós-modernidade. 2.ed. São Paulo: Cortez, 1992.
- SAVIANI, Dermeval; RAMA, Gérman; WEINBERG, Gregório. *Para uma história da educação latino-americana*. Campinas, SP: Autores Associados, 1996.
- SFEZ, Lucien. *Crítica da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1994.
- SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura*. A comunicação e seus produtos. Petrópolis: Vozes, 1995.

TAYLOR, Charles. *As fontes do self: a construção da identidade moderna*. Loyola: São Paulo, 1997.

THOMPSON, John B. *The Media and the Modernity*. Cambridge: Polity Press, 1995.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 1994.

Esta investigação conta com o apoio do CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - Brasil

Contactar

Revista Iberoamericana de Educación

Principal OEI