



Observando os relacionamentos institucionais a partir dos contextos das mediações¹

Éllida Neiva Guedes²

Resumo

Este artigo propõe a observação dos relacionamentos institucionais sob a perspectiva das mediações. Estas têm origem nos contextos individuais e coletivos dos atores sociais e estruturam a comunicação, o que implica que as mediações intervêm no processo relacional. Com base nessa premissa, objetiva-se apresentar um recurso teórico-metodológico para observar os elementos socioculturais que constituem os atores dos relacionamentos organização-públicos. Tais elementos podem contribuir para o planejamento desse processo. Mostra-se um estudo sobre os relacionamentos entre a Universidade Federal do Maranhão e os alunos cotistas.

Palavras-chave: Relacionamentos institucionais; mediações; contextos; cotistas; Universidade Federal do Maranhão.

Introdução

Os atores sociais, no exercício de múltiplos papéis, comunicam-se/relacionam-se em uma diversidade de contextos. Estes são entendidos como espaços de relações, nos quais se formam modos individuais de apropriação da realidade, a partir de materiais simbólicos elaborados e reelaborados pelos sujeitos ao longo de sua existência, e onde ocorrem a produção, circulação e recepção dos sentidos. Tais materiais ou conjunto de variáveis socioculturais medeiam o processo de comunicação, estruturando-o. Daí dizer-se que a comunicação (e os relacionamentos) não acontece linear nem simetricamente e, sim, de forma mediada pelos contextos.

Os relacionamentos, no campo das relações públicas, implicam a existência ou criação de vínculos entre uma organização e seus públicos, através da mutualidade de interesses. Objetiva-se, neste artigo, propor um recurso teórico-metodológico de observação das mediações que possa identificar elementos simbólicos dos atores envolvidos no processo relacional, para o planejamento deste. Tal recurso foi utilizado

¹ Trabalho apresentado no DT- 3 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2014, em João Pessoa.

² Professora do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão. Email: ellidaguedes@gmail.com



em estudo sobre os relacionamentos entre a Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e os alunos cotistas.

Inicia-se o artigo com um breve resgate da evolução do conceito de relações públicas, para que se entenda os relacionamentos como objeto dessa área. Em seguida, constroi-se uma base conceitual das mediações e, por último, articulam-se estas ao processo relacional e apresenta-se o recurso denominado “contextos de observação das mediações”, através do estudo de caso realizado.

Relações públicas: da dimensão persuasiva à gestão dos relacionamentos institucionais

No período da história das relações públicas correspondente ao final do século XIX e à Primeira Guerra Mundial, a profissão era configurada como uma atividade de promoção e de propaganda de pessoas, organizações e ideias, por meio da divulgação de informações que influenciassem a opinião pública e produzissem os efeitos de aceitação e comportamentos favoráveis àqueles.

A partir daí, a área desenvolveu-se através do paradigma simbólico-interpretativo (GRUNIG, 2009), em especial após a Primeira Guerra Mundial, quando era forte a crença no poder dos meios de comunicação de massa de modelar a opinião pública e de inclinar as massas para os pontos de vista desejados pelos emissores. Desse modo, as relações públicas foram impregnadas pela propaganda (CASTILLO, 2010).

Após a Guerra, a atividade ganhou os primeiros fundamentos científicos, apoiados em métodos psicológicos de conhecimento do comportamento dos públicos e de persuasão da opinião pública para a aceitação e apoio às organizações, principalmente, através de Edward Bernays.

Nos anos cinquenta e sessenta do século passado, a atividade adotou conceitos no campo da gestão dos relacionamentos entre uma organização e seus públicos, em um estágio embrionário da perspectiva estratégica contemporânea da área. Esta desenvolveu-se a partir dos anos de 1980, quando as relações públicas introduziram o conceito de diálogo na construção de relacionamentos institucionais e a possibilidade do entendimento mútuo, em atendimento ao equilíbrio de interesses da organização e de seus públicos (paradigma da gestão estratégica)(GRUNIG, 2009), no lugar da soberania dos interesses organizacionais característica dos primórdios da profissão.



Abordam-se, a seguir, conceitos de mediação, e em seguida, articulam-se estes ao processo relacional.

Mediações: base conceitual

A mediação, na orientação teórica de Martín Serrano (2008), está associada ao controle social. Nesse processo, instituições (mediadoras), através da informação, impõem uma forma particular de apresentar a realidade (representações sociais) e de atuar sobre a interpretação que as pessoas fazem dela, exercendo um controle sobre aquelas representações.

A mediação, nessa perspectiva, é definida como a atividade que coloca limites ao que pode ser dito e às maneiras de dizê-lo, por meio de um sistema de ordem (MARTÍN SERRANO, 2008). Ordem, segundo o autor, equivale ao modo estabelecido de entender-se com o mundo. Observa-se, assim, a mediação como uma operação que enquadra a informação em um conveniente sistema de ordem, controlando-o.

Participam do controle social, através da produção e da oferta de informação, os meios de comunicação e todas as instituições (família, escola, igreja) ou aparatos (burocracia, forças de ordem) que pretendem ajustar as práticas sociais às organizações que as regulam (MARTÍN SERRANO, 1997, 2004).

Tal conceito converge para o objetivo (inicial) das relações públicas de influenciar a interpretação que os públicos fazem da organização para produzir, através da promoção e da propaganda, os efeitos desejados no comportamento daqueles, em favor da manutenção e sobrevivência da organização. De um certo modo, os primeiros modelos das relações públicas medeiam a organização e os públicos ao oferecer a estes, pela via, principalmente, dos meios de comunicação de massa, uma realidade fragmentada, emoldurada por matérias favoráveis à organização, significando essa realidade para os públicos.

Já o conceito de mediação de Martín-Barbero desloca-se do enquadramento das informações pelas instituições mediadoras e centra-se na produção de sentido pelo sujeito, enquanto ser social e cultural, inserindo nesse processo as experiências de vida do receptor, não mais como sujeito dominado. Dessa forma, as mediações são

[...]os modos de relação das pessoas com o meio[...]. Tem a ver com a classe social, com grupo familiar, [...]com a região da qual procede ou onde vive, elementos raciais, elementos étnicos, idade[...](MARTÍN-BARBERO, 2000, p.154).



As mediações originam-se em lugares simbólicos nos quais os sujeitos constituem suas formas singulares de se comunicarem - a cotidianidade familiar, a sociabilidade das interações cotidianas, a bagagem cultural, os diferentes usos sociais dos meios, os modos como a tecnologia molda a cultura e as práticas sociais, a transformação do espaço e do tempo pela tecnologia (MARTÍN-BARBERO, 2009a, 2009b).

Tal concepção considera a comunicação para além da transmissão de informação, o que vai ao encontro do processo de diálogo que sustenta a construção dos relacionamentos pelas relações públicas, na perspectiva contemporânea. Sob esse prisma da comunicação, os públicos de uma organização são produtores de novos sentidos e não somente reprodutores destes. Tais sentidos devem ser considerados no planejamento da comunicação entre eles.

A mediação é um processo estruturante que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência como a criação do sentido nessa interação. Isso implica dizer que toda relação é mediada e que “[...]há uma série de mediações que incidem e conformam a interação³[...]”(OROZCO, 2004, p.327). Com base nesse conceito, Orozco (1996) tem construído uma tipologia com diferentes categorias de mediações originadas na cultura, política, economia, classe social, gênero, idade, etnicidade, meios, condições situacionais e contextuais, instituições e movimentos sociais. As mediações originam-se, ainda, na mente do sujeito, em suas emoções e experiências. São individuais (características próprias, trajetórias pessoais), institucionais (família, escola, igreja), tecnológicas (meios de comunicação e tecnologias de informação) e situacionais (cenários de reapropriações).

A produção de sentido no processo comunicacional depende, então, das combinações particulares de mediações, que “[...]permitem apreciar “de onde” se outorgam os sentidos aos processos de comunicação em torno dos meios⁴[...]”(OROZCO, 2001, p.162).

Chega-se, a partir dos autores citados, à concepção de mediações que sustenta este artigo: são um complexo conjunto de fatores socioculturais intervenientes e estruturantes da comunicação, originados nos contextos onde os sujeitos, ao longo da

³ Tradução livre da autora.

⁴ Tradução livre da autora.



vida, interagem e constituem-se como seres individuais e sociais, e que, combinados, repercutem na construção, compartilhamento e renovação dos sentidos elaborados por aqueles sujeitos. Representam os modos únicos como estes interpretam e produzem suas mensagens, como efeito de suas trajetórias e vivências, ao mesmo tempo que nestas também interferem.

Dessa maneira, investigar os contextos onde ocorrem os relacionamentos institucionais e, não somente a relação em si, pode revelar as mediações dos envolvidos no processo relacional e os sentidos que nele circulam.

Mediações e relacionamentos institucionais

A mediação concebida no âmbito do controle social é delineada como um processo que ocorre *entre* dois polos, por iniciativa de um deles, no caso, de instituições mediadoras (midiáticas ou sociais). Estas, através da seleção e da transmissão de informações, oferecem formas particulares de representação da realidade na qual os sujeitos desenvolvem sua existência, com a intenção de promover ajustes em direção à estabilidade do sistema social (MARTÍN SERRANO, 2008). Por essa concepção, a mediação tem contornos de uma atividade de intervenção autorizada.

Transpondo-se essa concepção para o campo das relações públicas como atividade mediadora, é possível associá-la aos modelos iniciais da área, pertinentes ao paradigma simbólico-interpretativo (GRUNIG, 2009). Tais modelos objetivam influenciar a interpretação dos públicos de uma organização, de forma persuasiva e manipulativa, oferecendo-lhes o recorte de uma realidade que interessa a ela, através, principalmente, dos meios de comunicação de massa, mantendo, assim, o *status quo*.

Sob esse prisma, as relações públicas tornam-se um sistema de ajuste e controle dos públicos, cujos comportamentos afetam a existência e coesão organizacional, como parte de um setor produtivo em favor de certos interesses nos planos privado ou governamental.

A mediação configurada nos moldes do ajuste e do controle pela informação converge para a máxima dos primórdios das relações públicas “O público deve ser informado”, cuja intenção era, na verdade, de influenciar a “opinião pública”, em um processo que não incluía qualquer racionalidade. Nota-se que, no contexto delineado, a opinião pública não se refere somente a questões de interesse público (bem-estar geral),



mas de interesse privado, o que conduz à concepção de “opinião-não-pública⁵” de Habermas (2003). As relações públicas configuram-se, assim, como uma atividade que impõe limites ao que pode ser dito e determina como fazê-lo, por meio de um sistema de ordem (MARTÍN SERRANO, 2008).

A partir de tal concepção, pode-se dizer que as ações de relações públicas empreendidas nos primeiros modelos da atividade não constroem relacionamentos, como se entende neste artigo, ou seja, na dimensão da reciprocidade de interesses e da interlocução. Inserem-se, exclusivamente, no campo da divulgação e da promoção e têm caráter persuasivo.

Na evolução conceitual das relações públicas, à medida que os públicos começam a ser investigados de forma situada no contexto social em que atuam, em que pese os resultados da investigação serem usados para compatibilizar opiniões, promover aceitação pública e evitar conflitos com a organização, notam-se indícios de um entendimento, embora embrionário, que a comunicação entre a organização e os públicos não ocorre de modo direto, sem intervenções de ordens diversas.

Os conceitos de mediação no campo da produção de sentidos fundamentam-se no sujeito do processo comunicacional, enquanto ser social e cultural, nos quais o caráter interventor da mediação circunscreve-se no sujeito (receptor) e no processo em si e não mais no emissor.

As mediações referem-se a um conjunto de fatores socioculturais estruturantes, individuais e coletivos do sujeito - da origem étnica e geográfica aos movimentos sociais e culturais e às tecnologias da comunicação -, em uma multiplicidade de tipos. Constituídas a partir de material simbólico de várias ordens, estão inscritas em uma dinâmica reveladora da história, experiências, entornos dos sujeitos, na qual as combinações e os resultados são particulares a cada um. As mediações são variáveis permanentemente transformadas e transformadoras - do próprio sujeito e do processo comunicativo.

Considerando-se, então, que a comunicação não está restrita à relação entre o emissor e o receptor em si, todo relacionamento entre uma organização e seus

⁵ Para Habermas (2003), as relações públicas emprestam aos interesses privados uma autoridade de objeto público e engendram um consenso em busca da aceitação de ideias, pessoas e produtos, dotando a organização mediadora de um caráter legítimo para a oferta de referências a um dado grupo. Daí ele apontar a “opinião não-pública” como objeto das relações públicas.



públicos, além de mediador, também é um processo mediado por aquelas variáveis intervenientes, próprias dos sujeitos envolvidos.

Observa-se, então, o relacionamento institucional como um processo realizado pela comunicação, mediador entre uma organização e seus públicos, presencial ou virtual, interpelado (mediado) por variáveis socioculturais. Estas variáveis tanto são manifestadas pelos públicos, como geradas pela organização, e significam aquela interação e por esta são (re)significadas. É um processo que envolve interesses mútuos, a partir dos quais criam-se e/ou fortalecem-se vínculos entre os envolvidos. Ocorre na configuração de uma rede, considerando-se os outros processos relacionais dos quais organização e públicos fazem parte e os impactos que esses processos geram naquela interação.

Esse conceito vem ao encontro dos pressupostos teóricos das relações públicas segundo os quais a investigação dos públicos é o ponto de partida para o planejamento da construção e gestão dos relacionamentos entre organização e públicos, ou seja, da melhor forma de comunicação entre eles. Comporta o conhecimento do perfil e dos comportamentos desses públicos e da origem dos relacionamentos, que repercutem nos interesses da organização. Aquele conceito abrange, ainda, o reconhecimento de cenários, ameaças e oportunidades e de problemas relacionados com a comunicação e com a imagem da organização.

A investigação dos públicos circunscreve-se no terreno dos valores, crenças, tradições, trajetórias, hábitos, identidades – variáveis multidimensionais que interpelam a comunicação com a organização, ou seja, os relacionamentos institucionais, na perspectiva das mediações em foco. Compreende, assim, a leitura dos contextos - espaços de interação e compartilhamento simbólico -, nos quais os sujeitos dos públicos constituem-se, situam-se e atuam, e que os medeiam e os diferenciam.

As mediações comparecem nos fluxos de comunicação que conformam a interação organização-públicos, intervindo nos relacionamentos, moldando-os e influenciando na natureza destes. Por exemplo, podem ser amistosos, conflituosos, de submissão, de dependência. Afetam, também, a continuidade ou descontinuidade dos relacionamentos.

Ora, se variáveis mediadoras intervêm nos relacionamentos, ou seja, se estes são mediados, é possível identificarem-se as mediações, como material simbólico, no processo de investigação dos públicos de uma organização. As mediações tornam-se visíveis na caracterização do perfil dos públicos, no campo individual, em categorias



como idade, sexo, escolaridade, por exemplo. Também são observáveis no plano da sociabilidade, nos cenários de vivências e interações – família, escolas, instituições em que os sujeitos exercem múltiplos papéis sociais, redes sociais de relacionamentos, movimentos organizados, consumo dos meios de comunicação, dentre muitos. As mediações identificadas originam-se em tempos diversos e em fontes do contexto familiar, social, econômico, educacional, tecnológico, institucional, midiático.

A contextualização dos públicos e dos relacionamentos, nesse prisma, revela as condições em que o processo relacional se edifica e os sentidos que circulam nos espaços de interação e de trocas dos públicos. Aquelas condições e sentidos são determinantes para a consecução dos objetivos organizacionais de entendimento mútuo e equilíbrio de interesses. As categorias de mediações constituem, assim, variáveis de observação no processo e planejamento das relações públicas.

Com base nos aportes teóricos demonstrados até aqui, apresenta-se abaixo um recorte de um estudo empírico dos relacionamentos entre a Universidade Federal do Maranhão e um segmento do público “alunos”, os cotistas.

A UFMA tem 48 anos de existência e é a maior universidade no Maranhão, Estado com graves problemas sociais, econômicos e educacionais. Para compor o perfil institucional da UFMA, descrevem-se alguns elementos próprios da sua esfera institucional, os quais diferenciam-na de outras instituições e manifestam-se e interferem em suas comunicações e relacionamentos: a condição de instituição pública e gratuita; a legislação a que está submetida; os rituais acadêmicos; as ações de ensino, pesquisa e extensão; o status de produtora de conhecimento científico; a autoridade científica e política dos dirigentes; a titulação do corpo docente; a estrutura espacial, material e tecnológica; as políticas de comunicação; a presença na mídia; o prestígio do qual goza na comunidade.

Os cotistas foram representados pelos bolsistas do Programa de Extensão “Conexões de Saberes: diálogos entre a universidade e as comunidades populares”, cujo objetivo é dar suporte pedagógico a alunos em situação de vulnerabilidade socioeconômica, por meio de cursos e grupos de estudo, e financeiro, através de uma bolsa-auxílio e outras formas de assistência estudantil.

A caracterização que se faz aqui foi possível graças a uma investigação preliminar junto a uma amostra do referido público, através da aplicação de um questionário e da realização de um grupo focal com doze cotistas e da análise de documentos institucionais. A elaboração dos instrumentos aplicados fundamentou-se



nos mapas das mediações de Martín-Barbero e na teoria das múltiplas mediações de Orozco.

Pode-se dizer que o grupo dos trinta e seis bolsistas do projeto de extensão constituíram uma primeira amostragem da investigação (primeiro subgrupo), representando os cotistas. Dentre esse grupo de bolsistas, pela amostragem por tipicidade, compôs-se um segundo subgrupo típico em relação ao todo (Marconi e Lakatos, 1990), chegando-se ao equivalente a um terço dos bolsistas (doze) que seriam submetidos à coleta de dados. Nesse tipo de amostragem, seleciona-se um subgrupo da população (no caso, foram selecionados dois subgrupos – a totalidade dos bolsistas e os de fato investigados) que, à luz das informações disponíveis, possa ser considerado como representativo de toda a população.

Os dados coletados através do questionário foram sistematizados no que denominaram-se “contextos de observação das mediações”, terminologia que se adota para o agrupamento de tipos de mediações associadas aos espaços de interação e compartilhamento simbólico do público em questão, também organizados com base em Martín-Barbero e Orozco.

Considera-se que o agrupamento de mediações orienta a caracterização de um público e a análise de uma situação, no caso, os relacionamentos entre os cotistas e a UFMA. Em seu conjunto, tal agrupamento contém elementos do sujeito individual e do sujeito social, originados nos cenários que compõem os contextos do público em foco e em suas experiências e emoções.

A partir desses contextos, montou-se um quadro de referência, que representa a reunião das mediações dos cotistas e os caracteriza. Esse quadro pode contribuir para a compreensão das características próprias e das situações de vida dos sujeitos do público em estudo. Estas, segundo uma das hipóteses do estudo realizado, podem intervir e diferenciar, em termos de objetivos e expectativas, nos modos como eles se relacionam com a Universidade e elaboram sentidos à realidade na qual circunscrevem-se tais relacionamentos. O desenho desse quadro de referências, a partir dos “contextos das mediações”, têm um caráter organizador:

a. contextos individuais e familiares, nos quais articulam-se as mediações próprias da individualidade dos bolsistas, inseridos em seus meios culturais, e as mediações da trajetória familiar: gênero, idade, etnia, estado civil, origem social, origem geográfica, lugar atual de residência, escolas de origem, condição de aluno “cotista”, pioneirismo na



família no acesso à educação superior, composição familiar, escolaridade dos pais, ocupação profissional dos pais, origem geográfica dos pais, renda familiar.

O grupo de bolsistas investigados é constituído por onze mulheres, com faixa etária entre 20 e 25 anos (apenas uma com 27 e outra com 30), e por um único homem, com 38 anos, sendo todos solteiros e sem filhos.

Dentre o grupo, quatro são originários de cidades de pequeno porte do interior do Maranhão e oito são nascidos na capital do Estado. São jovens afrodescendentes que estudaram em escolas públicas de São Luís (ensinos fundamental e médio), que moram com a família, em bairros da periferia da cidade, sendo dois residentes da Casa do Estudante da UFMA. Ingressaram na Universidade através do sistema de reserva de vagas, são os primeiros da família (núcleo principal) a frequentar o ensino superior e fazem parte do universo de estudantes de origem popular da Instituição.

Seus pais e mães, em sua maioria (sete), têm o curso fundamental incompleto, dois concluíram o ensino médio e três são analfabetos. Com apenas três exceções, que nasceram em São Luís, os pais são originários de pequenos municípios do Maranhão. Os pais, no caso dos que moram com a família, são lavradores, pedreiros ou motoristas, e as mães são serventes, empregadas domésticas ou donas de casa. A renda familiar varia entre um e três salários mínimos, mas os bolsistas não trabalham. A média de componentes na família é de quatro a seis pessoas.

b. contextos acadêmicos, nos quais articulam-se os cenários e situações de interação dos alunos no âmbito da Universidade, permeados pelas mediações da Instituição: o caráter público e gratuito da UFMA, o conhecimento científico produzido e compartilhado, o Programa Conexões de Saberes, as atividades de ensino, pesquisa e extensão que realizam, as formações e eventos acadêmicos dos quais participam, a assistência estudantil recebida (auxílios da Instituição), o sistema de cotas de acesso à Universidade, as normas institucionais, os relacionamentos entre os alunos do grupo em foco e destes com a coordenação do Programa e com os colegas dos respectivos cursos, a hierarquia e o poder que permeiam as relações com a coordenação.

Os bolsistas são alunos dos cursos de Pedagogia, Letras, Teatro, Ciências Biológicas, Medicina, Comunicação Social, História, Ciências Sociais, Serviço Social, Artes Visuais e Educação Física. Paralelamente, todos estudam inglês no Núcleo de Cultura Linguística da própria UFMA, através de bolsas de estudo.



O grupo, através de oito deles, declara o benefício da bolsa como principal motivação para candidatarem-se a uma vaga no Conexões de Saberes, sempre aliando, porém, o interesse em participar de um projeto de cunho social-comunitário e na formação qualificada oferecida pelo Programa, como se observa no seguinte recorte: “[...]Venho de uma família humilde. Desde muito jovem trabalhei e, de certa forma, me sustentei. Quando entrei na Universidade trabalhava em uma empresa de segurança. Saí de lá porque não estava conseguindo estudar. Como só dependo de mim economicamente, procurei o Conexões. Além da bolsa, o projeto me permitiu ampliar minha atuação social e ter formações complementares[...]”(Q-1⁶).

Além da bolsa, paga aos alunos diretamente pelo Governo Federal (sem intermediação da UFMA), parte do grupo recebe outros tipos de auxílio (moradia, alimentação) provenientes do programa de assistência estudantil da Universidade. Para o recebimento daqueles auxílios, os bolsistas submeteram-se a uma seleção junto com outros alunos de origem popular interessados.

Os cotistas recebem apoio financeiro da Instituição para participar de eventos locais e nacionais, como contrapartida da Universidade ao aderir ao Programa Conexões de Saberes (que é nacional). Isso dá a eles a oportunidade de, pela primeira vez, saírem do Estado e de conhecerem outras cidades, como declara um deles: “[...]Muitos aqui já viajaram para seminários em Brasília, Goiânia, Rio de Janeiro. Se não fosse a UFMA a gente nunca, nunca, jamais tiraria o pé daqui do Maranhão[...]”(GF- 11⁷).

Os bolsistas definem o Conexões de Saberes como um lugar onde aprendem, ensinam e contribuem para a melhoria das comunidades assistidas pelo Programa. Assim, dizem que o Conexões “[...]é aprender a cada dia com o outro, é crescimento social[...]”(Q-7); “[...]É uma ponte de mão dupla, onde se aprende e se ensina[...]”(Q-9); “[...]É uma grande ferramenta para ensinar e aprender. É uma grande porta, por onde entram e saem saberes, do intelectual, refinado e complexo ao mais simples e popular[...]”(Q-11).

No tocante aos relacionamentos entre os bolsistas, estes enfatizam o respeito que há entre eles, mas reclamam da falta de maior aproximação, em especial fora do ambiente do Programa, e da falta de articulação para reivindicações do grupo. Este

⁶ Cada questionário recebeu a indicação da letra “Q” seguida de um número indicativo de acordo com a ordem de devolução para a investigadora, por email, associando-o ao bolsista respondente.

⁷ Cada participante do grupo focal é identificado no artigo através das letras GF seguida de um número atribuído ao ele, de acordo com a ordem de manifestação durante a reunião para a realização do grupo focal.



reporta-se à coordenação do Conexões de Saberes como um canal entre eles e a Instituição. Ao referirem-se à coordenação, apontam, com frequência, por um lado, a questão da hierarquia e, por outro, o apoio acadêmico e psicológico que recebem.

Na interação com os colegas de curso “não cotistas”, os cotistas não sentem qualquer diferença de tratamento, como aponta um deles: “[...]Eu estou num curso que dizem que é bom, na área da saúde, e lá eu não vejo preconceito entre nós, entre quem tem mais dinheiro e quem tem menos[...].”(Q-4).

No âmbito do ensino, esse grupo de bolsistas recebeu formações teóricas e práticas oferecidas pelo Programa, no campo da pesquisa qualitativa nas Ciências Sociais, elaboração de projetos de pesquisa e de extensão, produção de artigos científicos, leitura e produção textual, ludicidade e brinquedoteca, Estado, Direitos Humanos e Diversidade e ações afirmativas no contexto brasileiro e na UFMA. Na área da investigação científica, os bolsistas realizaram pesquisa socioeconômica e das necessidades das comunidades atendidas pelo Programa, pesquisa de situação escolar e pesquisa do perfil socioeconômico dos alunos ingressantes na Universidade, com o objetivo de caracterizar o público da Instituição, colaborando com a elaboração de políticas institucionais.

No plano das atividades de extensão, os bolsistas ministraram, nas escolas das comunidades periféricas, oficinas com temáticas voltadas para a violência sexual e exploração do trabalho infanto-juvenil, preservação do meio ambiente, Direitos Humanos e respeito à diversidade.

No contexto descrito acima, observam-se variáveis mediadoras das atividades acadêmicas, cuja fonte é a própria UFMA, tais como: o conhecimento científico produzido e compartilhado na Universidade, o próprio Programa Conexões de Saberes, as atividades de ensino, pesquisa e extensão universitária, as formações de cunho sociopolítico, o apoio financeiro e pedagógico, as políticas afirmativas adotadas pela Instituição, a assistência estudantil, as normas institucionais, o caráter público e gratuito, a hierarquia e o poder que permeiam as interações na comunidade acadêmica. Antes de frequentarem a UFMA como alunos, apenas cinco deles já haviam tido contato com a Instituição, através de amigos e professores de cursinhos pré-vestibulares. Há um caso específico de um bolsista, cuja mãe, como servente em um setor da Universidade, o introduziu no ambiente acadêmico.

c. contextos institucionais, nos quais inserem-se os cenários das práticas associativas e do intercâmbio simbólico com instituições nas quais os bolsistas exercem outros papéis



sociais: associações de bairro, movimentos organizados, instituições religiosas, projetos sociais dos quais participam.

Na contramão do critério de seleção ao Conexões que se refere ao engajamento em atividades ligadas ao exercício da cidadania, somente um, no grupo investigado, participa de uma associação de bairro, dois de um movimento organizado de consciência negra e três atuam em igrejas.

d. contextos culturais e de consumo dos meios e das tecnologias de informação e comunicação, nos quais articulam-se as oportunidades, possibilidades e circunstâncias de acesso à informação e às tecnologias: rádio, televisão (canais abertos e fechados), cinema, internet, redes sociais, celular.

Dentre o grupo dos bolsistas, sete têm computador em casa, dos quais seis com acesso à internet, e um dispõe de computador portátil, para uso da família. Os demais conectam-se à web na sala do Conexões, predominantemente para realizar pesquisas acadêmicas, navegar nas redes sociais de relacionamento e fazer leituras de entretenimento.

Todos os entrevistados possuem celular, não conectados à internet, nenhum tem outros dispositivos tecnológicos portáteis e apenas um tem assinatura de canais fechados na residência.

São jovens que leem, com mais frequência, livros técnicos ligados às suas áreas de estudo, tendo a leitura de revistas e jornais como ocasionais. Assistem à televisão (aberta) com pouca frequência e, nesse caso, a telejornais. Quando ouvem rádio, também com pouca frequência, em geral, escolhem a FM da UFMA. A Instituição é o principal local de realização das atividades acadêmicas, mais especificamente na sala do Conexões, a qual eles têm acesso durante as vinte e quatro horas do dia.

Tal quadro de referência pode compor o diagnóstico de uma organização e levar à compreensão do público em questão e de situações que o envolvam, além de orientar o planejamento dos relacionamentos com o público de cotistas. Ao se proceder à análise do discurso dos cotistas, materializado no questionário e nas respostas do grupo focal, foi possível observar os sentidos que nele circulam e compreender o impacto destes nos relacionamentos com a UFMA. Entretanto, o pequeno espaço deste artigo não permite que se apresentem os resultados obtidos na análise realizada.



Considerações finais

Em seus percursos de vida, os atores sociais interagem com pessoas, instituições e culturas, processos nos quais circulam visões de mundo, experiências e emoções. São processos que intervêm na construção da realidade e influenciam a produção e a renovação dos sentidos e os modos deles se comunicarem, logo, de se relacionarem.

Desse ponto de vista, tem-se que a vivência social cotidiana, a experiência acumulada dos indivíduos e a diversidade de posições sociais de cada sujeito respondem pelas desigualdades entre os interlocutores, informando os relacionamentos institucionais e a construção de sentido que neles se efetiva. Os relacionamentos, ou a comunicação, representam uma dinâmica de impactos mútuos.

As categorias das mediações podem constituir um constructo para o conhecimento dos contextos onde os públicos se formam, os interesses, os objetivos e as expectativas deles, as condições em que ocorrem os relacionamentos e os sentidos que neles circulam. Ampliam-se, dessa forma, os recursos dos quais se valem as relações públicas no planejamento da construção do processo relacional com cada público, em direção ao entendimento mútuo entre uma organização e seus públicos. As mediações tornam-se um recurso útil no desenho do perfil desses interlocutores, etapa básica para a compreensão do processo relacional e para a definição de políticas de relacionamento entre a organização e seus públicos que conduzam aos objetivos pretendidos.

A definição dos contextos e das variáveis que os constituem depende do público em questão, à luz das categorias de mediações aqui comentadas, as quais orientam o instrumento de coleta dos dados.

O esforço teórico aqui realizado intencionou trazer fundamentos que contribuam para a análise da aplicabilidade da teoria das mediações na investigação dos relacionamentos institucionais.

Referências bibliográficas

CASTILLO, Antonio. *Introducción a las relaciones públicas*. 2010. Disponível em: [«http://webpersonal.uma.es/DE/ACASTILLOE/librorelacionespublicas.pdf.»](http://webpersonal.uma.es/DE/ACASTILLOE/librorelacionespublicas.pdf). Acesso em 3 de janeiro de 2012.



GRUNIG, James. Paradigms of global public relations in an age of digitalization. *PRism* 6(2). 2009. Disponível em: «http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journ.html.» Acesso em 18 de maio de 2011.

HABERMAS, Jurgen. *Mudança Estrutural na Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração e interpretação de dados*. São Paulo: Atlas, 1990.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicação e mediações culturais. Entrevista a Claudia Barcelos. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. vol. XXIII. nº 1. janeiro/junho de 2000. pp.151-163. Disponível em: «<http://200.144.189.84/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/541/510>». Acesso em 24 de março de 2010.

_____. *Dos meios às mediações: comunicação cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009a.

_____. As formas mestiças da mídia. Jesús Martín-Barbero. Entrevista a Mariluce Moura. *Pesquisa FAPESP*. nº 163. setembro de 2009(b). pp.10-15. Disponível em: «<http://revistapesquisa2.fapesp.br/?art=3933&bd=1&pg=1&lg=>». Acesso em 24 de março de 2010.

MARTÍN SERRANO, Manuel. *La gesta y la parábola en la comunicación pública*. Primer Congreso Internacional de la Lengua Española. Zacatecas. 1997. Disponível em: «<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/prensa/ponencias/serrano.html>.» Acesso em 2 de outubro de 2011.

_____. *La producción social de comunicación*. 3 ed. Madri: Alianza Editorial, 2004.

_____. *La mediación social*. Edición conmemorativa del 30 aniversario. Madri: Akal, 2008.

OROZCO, Guilherme. *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*. Madri: Ediciones de la Torre, 1996.

_____. Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la 'televidencia' y sus mediaciones. *Revista iberoamericana de educación*, 2001. 27.pp.155-175. Disponível em: «<http://www.rieoei.org/rie27a07.htm>.» Acesso em 3 de março de 2010.

_____. Las mediaciones. In ALEJANDRO, Martha; VIDAL, José Ramón (Compiladores). *Comunicación y educación popular: selección de lecturas*. pp.325-332. Havana: Editorial Caminos, 2004.