

AValiação INSTITUCIONAL E A MÍDIA

Dilvo I. Ristoff - UFSC

Nestes últimos anos, as universidades brasileiras têm dedicado um esforço considerável à viabilização de um projeto de avaliação institucional que pudesse se contrapor aos "ranqueamentos" anualmente veiculados pela imprensa, e.g., avaliação da revista Playboy. O Programa de Avaliação Institucional das Universidades Brasileiras (PAIUB)) é, em grande parte, resultado deste esforço. O PAIUB busca uma forma de avaliação que possa fazer justiça ao caráter singular do mundo acadêmico - um espaço público e livre, reservado ao permanente avanço da arte e da ciência, e que dificilmente pode ser avaliado adequadamente por critérios eficientistas do mundo empresarial ou pelo imediatismo da mídia. A comunidade universitária e o próprio MEC perceberam, por exemplo, que não será imitando a metodologia simplista do U. S. News and World Report, revista que anualmente faz o "ranqueamento" das universidades americanas, que faremos uma identificação adequada do potencial capaz de promover o avanço da educação superior brasileira. O PAIUB, ao propor uma alternativa de avaliação compatível com a complexidade da vida das instituições acadêmicas, revelou também um mundo de conflitos com a imprensa que precisa ser discutido. É que, boas intenções à parte, a imprensa continua emitindo juízos, construindo suas narrativas, divulgando as suas avaliações, tornando-se, por vezes, um verdadeiro pesadelo, no dia-a-dia dos administradores.

É que, boas intenções à parte, a imprensa continua emitindo juízos, construindo suas narrativas, divulgando as suas avaliações, tornando-se, por vezes, um verdadeiro pesadelo, no dia-a-dia dos administradores.

Queiramos ou não, não há como fechar os olhos para os "ranqueamentos" publicados anualmente nos quatro cantos do país. Os Reitores e Pró-Reitores podem torcer o nariz o quanto quiserem, podem declarar-se injustiçados e incompreendidos, podem até fazer de conta que não é com eles; o público, no entanto, saberá dos resultados e receberá as informações como se estivesse diante de fato científico e não diante de juízos assentados sobre inferências extraídas de dados, freqüentemente incompletos e imprecisos, e de concepções educacionais que têm mais a ver com fábrica de sa-

patos do que com laboratório de pesquisa e sala de aula. O problema é que o público não avalia a avaliação e, no entanto, passa a construir imagens das instituições e a moldar o seu comportamento com base nas informações que lhes são repassadas. Certo ou errado, pesquisas divulgadas pela grande mídia não ficam sem conseqüências. Elas são sentidas na preferência por certos cursos dentro das instituições, elas se tornam temas de campanhas políticas em defesa da liberação de mais ou menos recursos, elas definem ações de reitores e pró-reitores etc. Como recentemente declarou um reitor norte-americano, referindo-se ao impacto do "ranqueamento" da U. S. News and World Report: o número de candidatos aumentou em 30% depois que a revista "ranqueou" a minha universidade entre as primeiras (Everette Dennis & Craig L. La May). Com certeza, o mesmo deve estar ocorrendo nas universidades brasileiras, especialmente entre as universidades particulares.

Avaliações parciais e informais das universidades são feitas diuturnamente pela mídia e, à medida que aperfeiçoamos os nossos próprios processos avaliativos, é importante termos clareza de que, na relação da universidade com a mídia, a universidade tem muito a perder e a ganhar. A agenda do jornalismo não opera em sincronia natural com a agenda acadêmica e, se quisermos sinceramente trabalhar pelo aproveitamento pleno de nossas potencialidades, é preciso fazer com que (1) a mídia entenda melhor o papel das universidades e (2) que as universidades entendam melhor o papel da mídia.

Enquanto Pró-Reitor de Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina, lancei um programa semestral de formação pedagógica para os docentes. Com o apoio do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, decidimos paralisar as aulas por dois dias a cada semestre, com o objetivo de oferecer aos professores a oportunidade de discutirem questões relativas ao ensino que estavam ministrando. Organizamos, na verdade, seis destes mega-seminários. A enorme repercussão do primeiro seminário na imprensa foi uma

surpresa para todos nós envolvidos com a organização. No primeiro dia, foram dadas mais de meia dúzia de entrevistas de televisão e outras tantas no rádio. Por que o interesse da imprensa? Lamentavelmente para nós, esta era uma oportunidade que estava sendo oferecida aos professores para fazerem uma auto-avaliação de seu trabalho, discutindo com seus colegas as diretrizes dos cursos, as metodologias, as técnicas de ensino, as formas da avaliação da aprendizagem, a sempre difícil relação professor-aluno, as tendências e o estado da arte nas áreas específicas de atuação, enfim, enquanto o nosso objetivo era criar o espaço que tornasse possível a superação de dificuldades e a identificação de pontos fortes e fracos, para a mídia o assunto virou notícia pelo lado aparentemente escandaloso da iniciativa. Para a mídia, estava aí uma prova a mais do que já vinham di-

zendo há algum tempo: que os professores da universidade não sabiam dar aulas e por isso precisavam deste treinamento. Por mais cuidadosos que fôssemos nas entrevistas, procurando mostrar que o avanço e a auto-superação são partes inerentes à vida acadêmica, e que, sem isso, a alternativa é a estagnação e o retrocesso, meses depois do evento tivemos que dar explicações a professores que pareciam convencidos, por repetidas insinuações dos repórteres, de que o programa era uma forma sutil de punir professores incompetentes e relapsos. Sendo assim, o programa tornava-se notícia.

Tenho convicção de que os administradores das universidades tiveram muitas vezes experiências semelhantes. Quantas vezes demos longas entrevistas sobre determinados assuntos apenas para descobrir que meia hora de gravação foi transformada em uma única frase, arrancada de seu contexto original e cuidadosamente encaixada em um contexto previamente definido pelo jornalista ou pelo organizador de sua pauta! Quantas vezes saímos com a impressão de que entrevistas inteiras nada mais foram do que uma farsa montada com o único propósito de conseguir a frase certa para a matéria jornalística já previamente preparada! Os administradores de universidades entendem muito bem a angústia do Professor Richard Bulliet, da University of Columbia, especialista em estudos do oriente médio, quando conta que depois de dar mais de 100 horas de entrevistas à imprensa entre 2 de agosto e o fim da guerra do Golfo, seus esforços renderam aproximadamente três minutos de televisão e seis centímetros de citação em uma coluna de jornal. A conclusão de Bulliet é de que, especialmente em épocas de crise, à medida que a imprensa desenvolve uma linha central para a estória que pretende contar, e à medida que as pressões polí-

ticas e os interesses da própria imprensa se definem com maior nitidez, as opiniões divergentes tendem a ser marginalizadas, jogadas para horários de pouca audiência, ou simplesmente esquecidas.

Talvez o exemplo mais frustrante da minha experiência de Pró-Reitor de Graduação tenha sido com um jornal da cidade de Florianópolis. O jornal soube do nosso esforço no sentido de ocupar todas as vagas ociosas e de reduzir os índices de evasão. Soube também que em nível nacional havia uma comissão realizando estudos sobre o assunto. A entrevista foi longa, não tanto porque o jornalista tivesse interesse na complexidade do assunto, mas porque eu pessoalmente fiz questão de esclarecer as dificuldades que estávamos tendo para encontrar uma definição única para o termo e que

pudesse ser adotada por todas as universidades do país. Mostrei como era possível obter resultados muito diferentes dependendo da fórmula usada. Como ele insistisse em vincular evasão ao custo do aluno para a universidade (este número ele já havia conseguido, percebi a necessidade de fazê-lo ver que nem toda a evasão é prejuízo e que, muitas vezes, é investimento, já que a vida também valida conhecimentos adquiridos, como as universidades validam disciplinas cursadas em outras instituições. A discussão foi longa e, lamentavelmente, inútil. No domingo seguinte, a avaliação da instituição estava em letras garrafais na primeira página do jornal: UFSC PERDE MILHÕES. O repórter decidiu que o custo do aluno era igual ao orçamento dividido pelo número de alunos e, analisando as taxas de evasão média nos últimos cinco anos, calculou o número de alunos que deixaram a instituição. Multiplicação feita, manchete gerada, escândalo na praça. A avaliação que chegou ao grande público, portanto, foi de que a UFSC, pela sua gigantesca ineficiência, desperdiça o dinheiro do contribuinte. Meu protesto contra este tipo e raciocínio, apresentado com veemência durante a entrevista, ocupou algumas das últimas linhas da reportagem. Ou seja, a universidade já estava avaliada antes da entrevista.

Este tipo de avaliação a priori, que privilegia o juízo mais que o relato, que força o relato a adaptar-se ao juízo pré-concebido, pode ser visto de forma mais sutil no reforço que a imprensa faz dos "rankings". Como lembra o Professor Lawrence Soley, da Escola de Jornalismo da University of Minnesota, embora os jornalistas da grande imprensa consultem experts de várias universidades para sustentar as suas teses, eles invariavelmente fazem uso de algumas poucas

... raramente as trivialidades cedem lugar à singularidade da instituição universitária, ao seu papel no projeto econômico, social e cultural das comunidades onde se inserem, ao seu compromisso com a geração de alternativas para a melhoria da qualidade de vida das populações, na recuperação do patrimônio cultural e histórico do país, no avanço do saber.

e seletas instituições para aparecer diante das câmeras ou para dar colorido aos seus textos. Para a imprensa, a instituição à qual pertence o expert é mais importante do que a excelência do seu trabalho. É claro que impedir que isto aconteça é tão difícil quanto impedir que Simões Lopes Neto seja substituído por Shakespeare em um trabalho de crítica literária. Enquanto Shakespeare continuar tendo maior valor de mercado, ele será apresentado e percebido como autoridade, mesmo que o objeto da discussão seja O Negrinho do Pastoreio, do folclore gaúcho. A questão é sabidamente complexa, mas entendo que serve para ilustrar como a avaliação das instituições universitárias esbarra em mecanismos às vezes sutis de reforço ao quadro acadêmico constituído, estando a exigir um envolvimento maior da Academia no universo da comunicação com o grande público.

O que pretendo argumentar, portanto, é que nossa preocupação com a avaliação sistemática das universidades deve incluir a comunicação em sua agenda, sob pena de transformarmos a avaliação em apenas mais um objeto de estudo acadêmico, com jargão especializado e incapaz de comunicar-se fora do círculo restrito da Academia. Isto implica, entre outros, não apenas abandonar de vez a postura arrogante que freqüentemente contamina os detentores do saber, mas também a realização de estudos sobre a natureza e os interesses da mídia, seja ela falada, escrita ou televisionada. A opinião do grande público, nós sabemos, é construída a partir destes canais de mediação entre o conhecimento ou a informação e o público leitor, ouvinte ou telespectador. Fechar os olhos para isto é negligenciar o poder político da comunicação, é recusar-se a entender que, como nos lembra o historiador e crítico Hayden White, o texto nunca é uma transposição dos fatos da realidade histórica para a realidade da página, mas uma maneira de nos dizer como queremos que os fatos selecionados sejam lidos. Daí que as universidades e em especial as comissões de avaliação precisam participar ativamente na produção dos textos a serem veiculados.

E é inútil culpar a mídia e esperar que ela se adeque aos requisitos do rigor e da sutileza acadêmicas. A mídia tem a sua ótica e cada entrevista tem a sua pauta. Os repórteres crêem sinceramente que estão fazendo o seu trabalho como ele deve ser feito. O importante, portanto, não é atizar a disputa mas iluminá-la para entendê-la, colocando os resultados da discussão a serviço das universidades e da sociedade.

As universidades, por exemplo, queixam-se de que a mídia as vê através de uma ótica dramata (quem fez o

que, onde, quando, como e porque), reduzindo-a a personalidades, conflitos, controvérsias e, de preferência, escândalos. Neste sentido, quanto pior melhor, quanto mais crise, desvio de recursos, corrupção, droga, desperdício e morte melhor. Quando esta atitude vem acompanhada de jornalistas inexperientes, raramente as trivialidades cedem lugar à singularidade da instituição universitária, ao seu papel no projeto econômico, social e cultural das comunidades onde se inserem, ao seu compromisso com a geração de alternativas para a melhoria da qualidade de vida das populações, na recuperação do patrimônio cultural e histórico do país, no avanço do saber. Para que isto aconteça, é preciso que a universidade se faça mais presente, ela própria compreendendo que precisa saber traduzir, com agilidade, a sua linguagem hermética e especializada. Como lembra Bulliet, o especialista que dá uma entrevista como se estivesse tentando se comunicar com uma pessoa levemente surda ou com um tio já quase senil será vítima de distorções editoriais menores do que aquele que imagina que o repórter é o seu público. Talvez esteja aí, de forma caricaturada, algo que os docentes do ensino superior precisam aprender.

Comunicar-se com mais freqüência e com mais eficiência com os alunos, ex-alunos, pais, políticos, governantes, líderes comunitários e com o grande público é uma questão de sobrevivência para as universidades. A sua imagem está sendo construída ou reforçada a cada notícia ou reportagem. E esta imagem, penso, precisa ser construída a partir da soma das virtudes do mundo do jornalismo e da Academia. A comunidade universitária precisa saber somar à linguagem simples, direta, clara, viva e ágil do jornalismo a exatidão, complexidade e singularidade das instituições de educação superior, abandonando a linguagem pomposa, a sintaxe difusa, o jargão ininteligível.

À medida que as comissões de avaliação enriquecem os seus bancos de dados, e as informações e interpretações precisam ser repassadas ao público, é fundamental que as formas de comunicação sejam discutidas com profundidade. A publicação dos resultados não deve esgotar-se nos limites do campus mas atingir todos os meios de comunicação (jornais universitários, boletins, televisão, rádio, jornais, internet etc), pois interpretações cuidadosamente divulgadas terão, sem dúvida, grande poder multiplicador e capacidade educativa. Os meios de comunicação são, afinal de contas, queiram ou não, também uma instituição educacional. Está

... nossa preocupação com a avaliação sistemática das universidades deve incluir a comunicação em sua agenda, sob pena de transformarmos a avaliação em apenas mais um objeto de estudo acadêmico, com jargão especializado e incapaz de comunicar-se fora do círculo restrito da Academia.

correto o ex-presidente da FCC, Newton N. Minow quando diz que a televisão é a mais importante instituição educacional dos Estados Unidos. Mais pessoas aprendem mais, a cada dia, a cada ano, a cada vida, da televisão do que de qualquer outra fonte, afirma Minnow. O mesmo poderia ser

dito dos jornais, esta fantástica fonte de informação que todos nós, com diploma universitário ou não, utilizamos durante toda a vida. As universidades e em especial as suas comissões de avaliação institucional precisam ingressar neste mundo de forma mais profissional e agressiva.

Obras citadas:

DENNIS, Everette e LA MAY, Craig. Higher Education in the Information Age. New Brunswick (USA): Transaction Publishers, 1996.

WHITE, Hayden. Tropics of Discourse: Essays in Cultural Criticism. Baltimore: John Hopkins University, 1978.