

# **Carta dos servidores técnico-administrativos atuantes em Comunicação às candidatas à Reitoria da UFRGS em 2024**

O **Coletivo de Comunicadores da UFRGS** constituiu-se em 2018 com o objetivo de integrar os profissionais de comunicação e de debater estratégias, políticas e outros temas relacionados à área na Universidade. Recentemente, os encontros desse Coletivo foram retomados tendo em vista as eleições para a Reitoria, pois acreditamos que o período de apresentação das candidaturas e de debate dos programas de gestão é propício para o diálogo e o comprometimento da futura reitora da UFRGS com as demandas em nosso campo de atuação.

Nossa percepção a respeito da gestão da comunicação na Universidade é de que ela ocorre de maneira desarticulada e evasiva. A UFRGS vem se retirando do debate público ou se posicionando precariamente, sendo constante a omissão em responder a demandas de veículos de comunicação externos. Essa postura de apagamento coloca em xeque o reconhecimento social que de fato a Universidade merece pelas reais contribuições que realiza. Arriscamos, assim, perder o apoio público na busca pelo incremento do financiamento do ensino, da pesquisa e da extensão. Além disso, a estrutura interna tem recebido pouca atenção, criando dificuldades para a circulação de informação e para a elaboração de ações conjuntas.

O fortalecimento da comunicação da Universidade é estratégico para impulsionar sua imagem, abastecendo a sociedade com informações públicas, dando transparência ao que acontece aqui dentro. Assim, nos dirigimos às candidaturas à Reitoria da UFRGS para apresentar nossas pautas, que se concentram em três pontos principais:

## **1) Estrutura de Comunicação**

Atualmente, a UFRGS conta com 66 servidoras e servidores em cargos ligados à Comunicação Social:

- 15 jornalistas;
- 10 produtoras e produtores culturais;
- 10 relações públicas;
- 9 programadoras e programadores visuais;
- 7 revisoras e revisores de texto;
- 5 técnicas e técnicos em audiovisual;
- 3 técnicas e técnicos em artes gráficas;
- 2 fotógrafas e fotógrafos;
- 2 locutoras;
- 1 programador cultural;
- 1 técnica de laboratório área: processos fotográficos; e
- 1 diretora de artes cênicas.

Desses, 53 profissionais estão lotados em órgãos vinculados à Administração Central. A Secretaria de Comunicação Social (Secom) concentra 28 servidoras e servidores, e a Pró-reitoria de Extensão, 12. Os outros 13 estão distribuídos entre conselhos, secretarias, superintendências, Editora da UFRGS e Gráfica Universitária. Um relações públicas está lotado no Campus Litoral Norte.

Apenas cinco Unidades Acadêmicas, das 28 existentes, possuem servidoras e servidores na área: Faculdade de Educação (5 profissionais); Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (4); Faculdade de Agronomia (1); Escola de Administração (1); Faculdade de Ciências Econômicas (1).

Segundo o Painel de Dados (dados referentes a 2023), a UFRGS conta com uma comunidade acadêmica que gira em torno de 45 mil pessoas (incluindo servidoras e servidores, trabalhadores terceirizados e discentes de diferentes níveis). No campo do ensino, a Universidade conta com 87 cursos de graduação e 90 programas de pós-graduação. São, ainda, 3 mil ações de extensão que contemplam um público de 40 mil pessoas envolvidas e 9.300 projetos de pesquisa.

É, portanto, um contingente de pessoas e atividades de volume expressivo. Esse cenário demanda uma produção em comunicação impossível de ser resolvida com o número de profissionais e a estrutura atuais. Em uma instituição como a nossa, que produz e promove conhecimento, inovação e cultura, são inúmeros os canais de comunicação a serem gerenciados, os eventos a serem organizados, divulgados e realizados, as estratégias a serem elaboradas e executadas. Nada disso se faz – com qualidade – sem profissionais habilitados.

Nesse sentido, entre as pautas de nosso grupo está a tomada de posição da reitoria eleita junto ao Governo Federal a fim de pleitear a **revogação dos decretos 10.185/2019 e 9.262/2018**, que vetam a realização de concursos e o provimento dos cargos efetivos da administração pública, muitos deles ligados às áreas de comunicação. As consequências desses decretos já são sentidas na UFRGS, uma vez que impossibilitam a renovação do quadro de servidores e dificultam a reorganização do quadro atual, tornando crítica a situação da comunicação profissionalizada na Universidade.

É importante ressaltar que, para além da competência e da formação profissional, um quadro estável de servidoras e servidores possibilita conhecimento mais profundo da instituição e permite um olhar estratégico de médio e longo prazo. Em razão disso, inclusive, ressaltamos o quanto a terceirização de serviços de comunicação é não só contraproducente como prejudicial para a Universidade.

Nesse mesmo sentido, entendemos que a estrutura de comunicação de uma instituição do porte e da relevância da UFRGS não pode ser apenas uma

prestadora de serviços, atendendo demandas de outros setores. É preciso que seja integrada no contexto institucional de modo abrangente a fim de criar processos comunicacionais que deem conta da visibilidade necessária a ações e projetos e não se restrinjam apenas à preparação e divulgação de produtos em forma de mídia.

Outra demanda diz respeito à **estrutura da Secretaria de Comunicação Social (Secom)**, que precisa estar conectada com as Unidades Acadêmicas e outros órgãos da Universidade, uma vez que é nesta estrutura capilar e descentralizada que se encontram potenciais agentes de captação, consumo e disseminação fundamentais à produção e circulação comunicacional.

Acreditamos que a Secom também se beneficiaria de um **Regimento** que estabeleça sua organização administrativa e executiva e as diretrizes de funcionamento, conferindo a ela maior poder de articulação e mais estabilidade e capacidade de planejamento, sem as flutuações das gestões que se sucedem. Julgamos imprescindível que a secretaria tenha dotação orçamentária própria, o que amplia as condições para planejar e executar ações, sem estar sujeita a barganhas junto a outras instâncias administrativas.

Além disso, postulamos que a posição de secretário/a de Comunicação Social seja ocupada por um/a servidor/a do quadro técnico-administrativo, visto que a Universidade conta com um contingente significativo de servidores/as com perfis, competências, habilidades, experiência e formação acadêmica condizentes com o cargo. Muitas dessas pessoas possuem, ainda, formação em nível de mestrado e doutorado e trajetória em pesquisa e extensão. O processo de escolha, inclusive, pode ocorrer por meio de um diálogo aberto junto com as equipes, para que se examinem alternativas mais democráticas, como a eleição entre pares. Destacamos, ainda, que é fundamental a recomposição de gratificações na forma de CDs e FGs perdidas pelo setor, de modo a valorizar e estimular a ocupação de cargos de gestão.

Salientamos, ademais, a necessidade de atendimento às demandas técnicas, estruturais e de gestão relativas aos veículos, plataformas e mídias existentes na Universidade: o Jornal da Universidade, a Rádio da Universidade, a UFRGS TV, o UFRGS Notícias, o site institucional e seus intercâmbios com outros órgãos e iniciativas de comunicação ativos em toda a instituição.

Por fim, é fundamental que o **Cerimonial do Gabinete da reitora** seja restituído dentro do organograma. Esse setor foi extinto pela atual gestão, que transferiu o cargo de Direção da Coordenadoria para a função de Corregedor e removeu suas servidoras (de ofício) para a Pró-reitoria de Extensão, onde desempenham atividades em sua maioria não relacionadas à extensão. Acreditamos que a nova gestão eleita, seja ela qual for, desejará restabelecer as relações e vínculos da Universidade com a comunidade, adotando como prática a participação pública e a representação da Universidade tanto interna quanto externamente. Uma instituição com a importância e a dimensão da

UFRGS requer essa assessoria estratégica, que necessariamente precisa estar vinculada ao Gabinete de suas maiores autoridades.

## 2) Política de Comunicação

Nosso coletivo também entende que é imprescindível a elaboração, consolidação e implantação de uma **Política de Comunicação na UFRGS**, o que corresponde, inclusive, às metas estipuladas pelo Plano de Desenvolvimento Institucional vigente (PDI 2016-2026). Afinal, a comunicação atua na linha de frente na relação da Universidade com a sociedade e, por isso, tem papel fundamental na concretização de objetivos organizacionais de desenvolvimento, principalmente no que se refere à ampliação da visibilidade da UFRGS e à análise crítica e propositiva dos cenários internos e externos.

Uma concepção comunicacional dessa natureza tem potencial para proporcionar transparência, acesso, participação e diálogo com cidadãos e cidadãs. Além disso, daria conta de estabelecer uma cultura de comunicação pautada por ética, transparência, disposição para o debate, convivência harmônica com ideias e posições divergentes e respeito à alteridade.

Precisaria, para tal, envolver em seus processos e produções todos os membros da comunidade acadêmica da forma mais abrangente e eficaz possível, e não poderia estar comprometida com os interesses ou a visão do grupo de gestores do momento, ou seja, deve haver uma clara **distinção entre as assessorias de comunicação da Universidade e da gestão** – que, separadas e independentes, trabalham em constante negociação e cooperação. Haveria, assim, uma comunicação voltada para a instituição como um todo, conectada com seus objetivos de médio e longo prazo – sobretudo aqueles estabelecidos pelo PDI – e executada pela Secretaria de Comunicação. Por outro lado, existiria uma estrutura atrelada ao Gabinete que daria conta da divulgação de atividades mais cotidianas da gestão.

Para que isso seja possível, essa Política de Comunicação deve ser resultante de construção coletiva e participativa, incluindo os profissionais de comunicação da UFRGS; com ampla participação da comunidade nas discussões e na deliberação; com representação dos três segmentos (docentes, técnicos e estudantes); e com participação da sociedade. Seria, assim, democrática e reconhecida por toda a comunidade. Sugerimos que haja o **estabelecimento de um grupo de trabalho especificamente para esse fim**, com um prazo e um cronograma previamente definidos e publicizados.

O documento deve contemplar a posição e as competências da Secretaria de Comunicação bem como iniciativas de democratização dos canais e veículos de comunicação da UFRGS, potencializando a **independência editorial e autonomia institucional** de cada um, inclusive com o estabelecimento de conselhos consultivos com presença de profissionais envolvidos na produção e

integrantes da Universidade e da comunidade.

A partir da criação de uma Política de Comunicação articulada com o regimento da Secom, é possível traçar planos de longo curso, com objetivos estratégicos robustos e que tragam efetivos resultados para a imagem institucional, contribuindo para a afirmação da UFRGS como bem público que não só atua em relação com a sociedade como também tem entre seus objetivos realizar prestação de contas de suas atividades – afinal estas são investimento estatal.

### 3) Planejamento Institucional

Durante a próxima gestão, a UFRGS iniciará o processo de discussão de seu novo Plano de Desenvolvimento Institucional, cuja vigência será 2026-2036. Este coletivo acredita poder contribuir para que, diferentemente do que ocorreu na ocasião anterior, o processo, os encaminhamentos, as definições e o texto final possam ser menos abstratos, menos genéricos e mais efetivos com relação à comunicação. Da forma como foram pensados, abrem margem para que os interesses de quem ocupa posições de poder imprimam diretrizes que se distanciam dos objetivos institucionais e atendam a interesses mais circunstanciais.

O cenário informacional contemporâneo demanda um novo modo de se pensar sobre as temáticas relacionadas à Comunicação Social: vivemos a era da infodemia, ou seja, do excesso de informação e de uma disponibilidade e acessibilidade quase plenas; e enfrentamos um grave cenário de desinformação articulado em escala industrial. A Universidade não pode se manter onde está, em posição passiva diante disso.

É preciso um movimento vigoroso que coloque **a comunicação no centro de toda a estratégia da instituição**. Afinal, toda a relação da Universidade com governos, instituições e agentes está atravessada pela imagem da UFRGS. Por um lado, esta é resultante de uma longa e importante história que precisa ser registrada, reconhecida e dada a conhecer. Por outro, há um prestígio institucional que precisa ser construído diariamente e, por isso, demanda planejamento e articulação para que a imagem atingida junto à sociedade corresponda aos anseios, convicções e objetivos da comunidade acadêmica. Isso é não só tarefa, como é competência de profissionais de Comunicação Social. Pensar, planejar e projetar não pode ser um acessório, um passo de um processo maior, mas deve permear toda e qualquer iniciativa.

É preciso que superemos o paradigma da Comunicação como difusão – numa lógica há muito ultrapassada e que está amparada na ideia de que um emissor emite uma mensagem para uma audiência por meio de produtos comunicacionais. Vivemos o tempo das redes como processo, não apenas como canais. Esse é o paradigma a partir do qual nós Comunicadores podemos e nos propomos a pensar e planejar esta Universidade à qual nos

dedicamos. Só assim consideramos que a UFRGS, enquanto instituição comprometida com a Comunicação Pública, pode ter nesse âmbito uma atuação à altura de sua posição prestigiosa e de referência no cenário brasileiro e internacional.

## **Considerações finais**

Esta é, provavelmente, a primeira vez que os profissionais de Comunicação da UFRGS se reúnem para elencar suas demandas e percepções sobre como se faz comunicação na Universidade. Não é por acaso: vislumbramos que em 2024 viveremos um momento histórico de eleição paritária da próxima gestão, e é nesse cenário que gostaríamos de estabelecer uma nova relação com a futura gestão, em que sejamos reconhecidos como um grupo capaz de contribuir de maneira estratégica e de ser parte dos processos de planejamento institucional.

Em resumo, nossas pautas se dividem em três pontos:

- **Estrutura de Comunicação:** posicionamento, junto ao Governo Federal, em favor da revogação dos decretos que vedam concursos públicos para cargos de comunicação; reestruturação da Secom; elaboração de um regimento interno para a Secom; escolha de um servidor técnico-administrativo da área da comunicação para o cargo de Secretário/a de Comunicação; recomposição da Coordenadoria de Cerimonial.
- **Política de Comunicação:** elaboração, consolidação e implantação de uma Política de Comunicação na UFRGS.
- **Planejamento Institucional:** participação efetiva dos comunicadores da UFRGS no processo de elaboração do PDI 2026-2036.

Queremos, com esta carta, trazer esses pontos para o debate que se inicia, além, é claro, de prosseguir essa conversa com a reitoria eleita e empossada e ter pontos de vista acolhidos e espaços de participação ativa de técnicos administrativos de Comunicação.

Porto Alegre, 21 de junho de 2024.

Adalberto da Costa Oliveira - técnico em audiovisual, Fabico  
Alessandra de Oliveira Petry - relações públicas, Faced  
Ana Claudia Costa dos Santos - revisora de texto, Gráfica  
Ana Laura Colombo de Freitas - jornalista, Departamento de Difusão Cultural/Prorext  
André Soares Grassi - jornalista, Rádio da Universidade  
Ânia Chala - jornalista - Assessoria de Imprensa  
Antônio Falcetta - revisor de texto, Jornal da Universidade  
Carla Costa Bomfim - relações públicas, Fabico  
Carolina Michel Konrath - programadora visual, Jornal da Universidade  
Carolina Moraes dos Reis - relações públicas, Prorext  
Charles Florczak Almeida - jornalista, Assessoria de Imprensa

Clarissa Felkl Prevedello - programadora visual, Editora da UFRGS  
Cristina Thumé Pacheco - revisora de texto, Secom  
Everton Cardoso - jornalista, Jornal da Universidade  
Felipe Grune Ewald - jornalista, Jornal da Universidade  
Felipe Truccolo Mascarenhas - relações públicas, Campus Litoral Norte  
Fernanda Vier Azevedo - relações públicas, Prorext  
Gisele de Azevedo Endres - técnica de laboratório/ área processos fotográficos, Fabico  
Graziele Borguetto Souza - programadora visual, Gráfica  
Gustavo Côrte Real Corrêa - diretor de programa, CTE  
Gustavo Schenini Diehl - fotógrafo, Secom  
Heloísa Polese Machado - relações públicas, Escola de Administração  
Jean Felipe Rossato - relações públicas, Prorext  
Juliana G. Mota - produtora cultural, Ponto UFRGS/Prorext  
Kundry Lyra Klippel - programadora visual, Faced  
Liz De Bortoli Groth Athia - locutora, Rádio da Universidade  
Lucas Ferreira de Andrade - revisor de texto, Editora da UFRGS  
Maiquel Pavelecini - programador visual, Secom  
Marcelo Aguiar Coelho de Souza - produtor cultural, Assinfra  
Marcelo Igor de Sousa - jornalista, Assessoria de Imprensa  
Mariana Silva Sirena - produtora cultural, Rádio da Universidade  
Mauro Cesar Gonçalves Cavalheiro - técnico em audiovisual, Fabico  
Michele Bandeira - programador visual, Gráfica  
Mírian Barradas - jornalista, Jornal da Universidade  
Nicole Pasini Trevisol - jornalista, Assessoria de Imprensa  
Pâmela da Silva Pochmann, relações públicas, Prorext  
Patrícia Barreto dos Santos Lima - jornalista, Assessoria de Imprensa  
Paulo Josué Goulart da Silva - técnico em audiovisual, Faced  
Rafael Luz - programador visual, Editora da UFRGS  
Rafaela Silva Thomaz - produtora cultural, Museu da UFRGS  
Ramon Dorneles Moser - produtor cultural, Prorext  
Rochele Boscaini Zandavalli - fotógrafa, Secom  
Tatiany Oleques Lukrafka - jornalista, FCE  
Valéria Fátima Fernandes Baptista - revisora de texto, Editora da UFRGS  
Vicente Fernandes Dutra Fonseca - produtor cultural, Prorext  
Vinício Gil de Athaydes - relações públicas, Sedetec  
Wagner Machado - produtor cultural, Faced