

ANEXO A

11

“Proposta de Comunicação
Organizacional integrada para a
Universidade de Brasília” (21/6/2013)

UnBDoc - Folha de Rosto

12

Nº UnBDoc: **80055 / 2013**

Protocolo:

Tipo: **MEMORANDO**

Data de emissão: **21/06/2013**

Origem: **CPCE**

Nº origem: **59/2013**

Interessado: **CPCE**

Data recebimento: **21/06/2013**

Usuário: **BRUNO / CPCE**

Assunto:

**ENCAMINHAMENTO DE PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO
ORGANIZACIONAL INTEGRADA PARA A UNIVERSIDADE DE
BRASÍLIA.**



Memo:59 /2013/CPCE

Brasília, 21 de junho de 2013.

Do: CPCE

Para: VRT

Magnífica Vice Reitora,

Tendo em vista o não retorno de solicitação de audiência feito em 11/06/2013, para entrega do documento anexo pelos membros da Comissão instituída pela Resolução da Vice-Reitoria nº 04/2013, encaminho via UnBDoc o resultado do referido estudo. Recomendamos que os demais setores que nesse primeiro momento não foram ouvidos ou diretamente consultados, envolvidos com Comunicação, Informação e Memória, (FCI, FAC, SECOM, CEDOC, CIC, PROMEMORIA, EDITORA), possam fazer parte de uma segunda etapa desse estudo.

Atenciosamente,



Neuza Meller Maia

Diretora
CPCE/UnBTV

**PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL
INTEGRADA
PARA A UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**

Comissão: Neuza Meller (presidente)

Nelia Del Bianco (FAC) e Ana Valeria Machado Mendonça (DSC)

Colaboração: Flávio Castro e Ricardo Borges

Brasília-DF, junho de 2013.

SUMÁRIO

Apresentação	03
1. Estruturas de Comunicação nas Universidades Públicas	05
1.1. O modelo da Universidade de São Paulo	05
1.2. O modelo da Universidade Federal Fluminense	07
1.3. O modelo da Universidade Federal do R.G. do Norte	09
1.4. O modelo da Universidade Federal de São Carlos	12
2. Diagnóstico da Estrutura de Comunicação UnB	14
2.1. Secretaria de Comunicação	14
2.2. CPCE/UnBTV	17
2.3. Rádio UnB	22
2.4. Editora UnB	27
2.5. Diagnóstico do setor	27
3. Criação de uma Unidade Centralizada de Comunicação na UnB	30
3.1. Superintendência de Comunicação	30
3.2. Estrutura, funções e atribuições.	31
4. Proposta de agenda de trabalho	38
Anexo 1 – Reflexões para um plano de Comunicação Social	40

Próximo

APRESENTAÇÃO

O presente documento apresenta proposta de criação de uma estrutura unificada de Comunicação para a Universidade de Brasília baseada no conceito de comunicação organizacional integrada. O objetivo da proposta é integrar de forma harmônica diferentes setores da área como Secretaria de Comunicação, CPCE/UnBTV, Rádio UnB e Editora. A medida visa propiciar a construção de uma linguagem comum e um comportamento homogêneo na comunicação, além de evitar sobreposições de tarefas. Os diversos setores podem trabalhar de forma conjunta a partir de objetivos gerais da instituição e ao mesmo tempo respeitando os objetivos específicos de cada um. A partir da integração será possível estabelecer uma política global de comunicação.

Entende-se que Comunicação Organizacional Integrada é “uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica” (Kunsch, 2003, p.150). Por essa perspectiva, a comunicação deixa de ser vista como um conjunto de ações isoladas e passa a ser encarada como um processo que necessita de planejamento e direcionamento estratégico, alinhando-se com os objetivos da instituição. Essa forma de organização tem sido bem difundida no Brasil no processo de estruturação da comunicação de empresas, instituições e colocada em prática com sucesso em várias universidades públicas.

A aplicação da Comunicação Organizacional Integrada nas universidades públicas tem propiciado o surgimento de uma comunicação mais eficiente, a considerar que os profissionais de áreas específicas trabalham em torno do mesmo projeto, poupando, assim, a dispersão de recursos humanos e materiais. Além disso, colabora para uniformizar valores e conceitos, consolidar a imagem da instituição perante seus públicos interno e externo.

A apresentação da proposta de comunicação integrada para a UnB está dividida em quatro partes. Na primeira mostra como IES públicas estão organizando o setor de comunicação utilizando o modelo de gestão centralizado para desenvolver todas as ações de comunicação social.

A segunda parte analisa, sob o ponto de vista administrativo, a estrutura de comunicação social existente na Universidade de Brasília.

Na sequência, a comissão apresenta a proposta de modelo de integração de todos os serviços – Secretaria de Comunicação, CPCE/UnBTV, Rádio UnB e Editora UnB - a partir da criação de um órgão complementar denominado de Superintendência de Comunicação da UnB (ou outra denominação).

PAG. 4

Na última parte faz uma proposta de agenda de trabalho para dar prosseguimento ao processo de criação do órgão complementar que irá gerir todas as unidades de comunicação da instituição.

O presente documento foi elaborado pela comissão constituída pelos servidores Neuza Meller (presidente) e Nelia Del Bianco (FAC) conforme Ato da vice-reitoria nº 04/2013 e a colaboração dos servidos do quando do CPCE/UnBTV Flávio Castro e Ricardo Borges. A comissão teve como objetivo formular plano de articulação entre as diversas unidades de comunicação.

PAG. 4

COMISSÃO

Por que não conta
o nome de Ana Valério?
→ Não participar do
trabalho por doença
grave na família.

1. ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS

Há pelo menos 10 anos várias instituições públicas de ensino superior têm adotado a estratégia de integração de diferentes órgãos, setores e meios de comunicação com o objetivo de obter maior eficiência e sinergia entre suas ações. A seguir alguns exemplos bem sucedidos.

1.1. O MODELO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

A Universidade de São Paulo concentra na Superintendência de Comunicação Social (SCS) todos os serviços desenvolvidos nesta área desde 1989. A SCS é um órgão de direção diretamente subordinado à reitoria da Universidade de São Paulo. Sua principal atribuição é estabelecer as diretrizes de uma política global de comunicação da universidade, além de coordenar os serviços ligados a essa área.

A superintendência concentra todos os meios e suportes de comunicação organizando-os em divisões: Audiovisuais; Mídias Online; Mídias Impressas; Radiodifusão; e Relações Públicas, Marketing e Publicidade. Dispõe, também, de uma Seção Técnica de Informática e uma Assistência Técnica Administrativa e Financeira.

Segundo o site da SCS, a Divisão de Mídias Audiovisuais responde pela TV USP, "produz e exhibe programas, vídeos, documentários e especiais em Canais Universitários de diversas cidades do País, além de disponibilizar suas produções na internet, pelo site do IPTV". A divisão serve, também, como "agregadora de conteúdos audiovisuais feitos por professores, alunos, funcionários, pesquisadores e outras pessoas ligadas à Universidade ao garantir espaço para esses vídeos em sua programação".

A divisão de Radiodifusão é responsável pela gestão da rádio USP sob todos os aspectos de produção de conteúdo e técnico.

SCS me USP

INCLUI: Audiovisual, mídia
online, mídia impressa,
Rádios Difusões, Relações
Públicas, Marketing e
Publicidade

NÃO INCLUI: Editoria

09/6/6



Figura 1 – organograma da Superintendência de Comunicação Social da USP

Nota-se pelo organograma que não há uma divisão específica de Assessoria de Comunicação e sim uma distribuição desse trabalho a partir de meios, suportes ou atividades: mídia online, impressa, rádio, TV, relações públicas, marketing. O produto de maior relevância na SCS é a Agência USP de Notícias responsável por divulgar aos meios de comunicação a produção científica e atividades como cursos e palestras, exposições e publicações de todos os

PROG^o SCS da UFF

INCLUI: Unitariã, Base de
 medicina de Comunicação
 Social (Jornalismo, Comuni-
 cação Eletrônica, Rádio
 Pública, Rádio Própria),
 Biblioteca de História
 de Imagem
 NÃO INCLUI: Editores

campi. Em funcionamento desde 1995, a agência produz boletins diários e os envia para mais de 4 mil endereços eletrônicos de todo o País. Esse número é multiplicado consideravelmente, pois os boletins são distribuídos para os assinantes da Agência Estado (AE), por meio de um convênio celebrado/assinado entre as duas instituições. O site é atualizado diariamente.

Embora seja um órgão de direção e serviço subordinado à Reitoria da USP, a SCS possui um setor próprio para fazer a gestão financeira, o que lhe garante maior agilidade na administração, especialmente dos veículos de rádio e a TV.

1.2. O MODELO DA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

A exemplo da USP, a Universidade Federal Fluminense (UFF) organiza sua estrutura de comunicação na Superintendência de Comunicação Social (SCS). Trata-se de um órgão suplementar que concentra todos os serviços desenvolvidos na área. A Figura 2 (abaixo) expõe o organograma deste setor

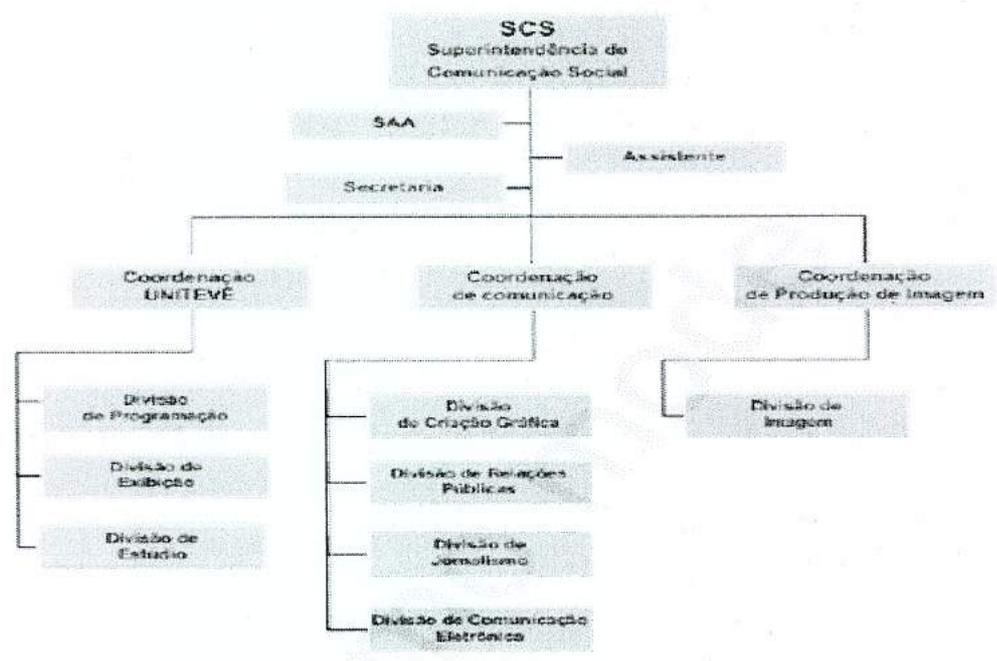


Figura 2 – organograma da Superintendência de Comunicação Social da UFF

Segundo o site da UFF, a Superintendência de Comunicação Social atende a todos os setores da universidade que solicitam divulgação de suas atividades, interna e externamente, produção de material gráfico de apoio a eventos e campanhas institucionais, além de preparação e apresentação de solenidades.

Na Superintendência há três coordenadorias: a Unitevê, a Coordenadoria de Comunicação Social e a Coordenadoria de Produção de Imagem. Não está claro como ocorre a atribuição de responsabilidade e competências sobre o trabalho de comunicação social desenvolvido por diferentes mídias/meios, tais como a WEBTV, a WEBRÁDIO, a Editora.

A Unitevê é a UnBTV deles e conta com as divisões de Programação, Exibição e de Estúdio. Não há informações no site da UFF sobre que tipo de serviços compete a cada divisão da Unitevê.

Outro setor importante da Comunicação Social da UFF é a Coordenação de Comunicação que está dividida em quatro divisões: Jornalismo; Comunicação Eletrônica; Relações Públicas; Criação Gráfica.

A Divisão de Jornalismo é responsável pela divulgação interna e externa dos projetos de ensino, pesquisa e extensão e das atividades complementares. O setor funciona como uma assessoria de comunicação, tendo sob sua responsabilidade o contato com jornalistas (por *release*, telefone e outros meios) e a produção do *clipping* eletrônico. Produz também o *clipping* impresso à disposição do público em geral por meio do Mural Eletrônico no saguão de entrada da Reitoria. E, ainda, edita o Jornal da UFF, um informativo destinado a comunidade interna e externa.

A Divisão de Comunicação Eletrônica é responsável pela divulgação das notícias da UFF e está encarregada de atualizar diariamente a página principal da UFF (<http://www.uff.br>).

A Divisão de Relações Públicas orienta e realiza cerimoniais de eventos da UFF, enquanto a Divisão de Criação Gráfica é responsável pela idealização de grande parte do trabalho gráfico produzido pela universidade.

1.3. O MODELO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

Desde 1999 (Resolução nº 09/99-Consuni), a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) dispõe de uma superintendência na qual se encontram todas as unidades que oferecem/desenvolvem serviços no campo da comunicação social naquela universidade.

Vinculada à reitoria da UFRN, a Superintendência de Comunicação Universitária tem como objetivo propor a política de comunicação interna e externa da Universidade do Rio Grande do Norte aos colegiados superiores e implementá-la. É sua atribuição, também, elaborar, gerenciar e supervisionar projetos, bem como desenvolver e manter os sistemas relacionados com a comunicação.

Segundo seu Regimento Interno, a Superintendência de Comunicação Universitária da UFRN é dirigida por um servidor dos quadros da instituição, de nível superior da instituição, designado pelo reitor e aprovado pelo Conselho de Administração. A contratação externa de mão de obra e o gerenciamento de verbas captadas são realizados por uma fundação de apoio, FUMPEC-Fundação Norte-Rio-Grandense de Pesquisa e Cultura.

Para o alcance de seus objetivos, a Superintendência de Comunicação Universitária conta com um conselho consultivo e com os seguintes órgãos executivos: Diretoria da Agência de Comunicação; Diretoria da TV Universitária; Diretoria da Rádio Universitária; Gerência de Administração; Gerência de Promoção Institucional; e Gerência Técnica.

Abaixo a estrutura organizacional da Superintendência de Comunicação Universitária da UFRN



Figura 3 – organograma da Superintendência de Comunicação Social da UFRN

O site da Superintendência de Comunicação Social da UFRN destaca os serviços da rádio, da TV e da Agência de comunicação daquela universidade, conforme exposto na Figura 4.

SCS de UFRN ^{PRG 10}
 inclui: Rádio, TV, Agência
 de Comunicação
 NÃO inclui: Editor



Figura 4 – destaques da Superintendência de Comunicação Social da UFRN

A UFRN não trata da Editora como uma unidade de Comunicação Social, senão que a considera como uma unidade descentralizada, um órgão complementar, diretamente vinculada à Reitoria, mas voltada para o âmbito acadêmico.

SCS de UFSCAR 196 120
EM TRANSFORMAÇÃO

INCLUIRÁ: Impulsos,
Comunicações e Memória

1.4 MODELO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

A UFSCar está discutindo desde 2009 a formalização de sua **Política Institucional de Informação e Comunicação**. Com a implantação das diretrizes previstas nessa política será criado Sistema Integrado de Gestão da Informação, Comunicação e Memória (SIICOM), constituídas pelas unidades gestoras de Informação, Comunicação e Memória. A proposta parte da premissa que a constituição de um espaço de atuação integrada para gestão dos recursos e infraestrutura da Universidade é a forma para se obter efetivos processos e fluxos de produção, disseminação e memória.

Essa estrutura irá substituir a atual Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), responsável pela gestão dos processos de comunicação e fluxo de informações da instituição. Embora as novas diretrizes estejam em fase de aprovação pelo Conselho Universitário, a atual CCS está organizada a partir de uma diretoria de Comunicação, à qual estão subordinadas as coordenações de Assessoria de Comunicação, Publicidade Institucional e Artes Gestão da Informação e Memória, Administração, Consultoria e Assessoria Técnica.

A Universidade possui uma emissora de rádio que se encontra sob a coordenação da Comunicação Social. Porém, a sua gestão administrativa cabe à Fundação de Apoio Institucional ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico da UFSCar detentora da outorga da FM. Situação semelhante pode ser encontrada na UFG – Universidade Federal de Goiás onde uma fundação foi criada especificamente para gerir os canais de TV e Rádio.

Quando for implantado o SIICOM será instituído o Sistema de Comunicação Integrada (SCI) da UFSCar, encarregado de manter a unidade e a identidade institucional, integrar unidades e equipes profissionais, otimizar esforços e recursos e garantir seguros processos de gestão da comunicação.

O SCI é composto por todas as unidades de Comunicação da UFSCar, inclusive pela sua Fundação de Apoio Institucional (FAI UFSCar), sendo presidido e coordenado pelo Diretor de Comunicação Social da Universidade.

Isso significa que a emissora de rádio estará integrada a ação geral de comunicação, sendo obrigatória a criação de Conselho Editorial e de Programação, com o objetivo de acompanhar a execução das políticas da Universidade, assim como sua configuração em termos de direção artística e de programação.

Outro ponto de destaque é a criação de um Sistema de Informações na Rede (InfoRede), entendido como um sistema de envio de notícias e outras mensagens de interesse institucional para a comunidade interna da UFSCar. O sistema será utilizado única e exclusivamente para a divulgação de informações de interesse da UFSCar sendo vedada a utilização para a divulgação de informações de interesse particular, privado ou de oportunidades que não tenham relação com as áreas do conhecimento da Instituição.

Na parte de preservação da memória, o projeto em discussão prevê a criação do Sistema de Arquivos da UFSCar e de um Centro de Memória.

2. DIAGNÓSTICO DA ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO DA UNB

Enquanto várias Universidades públicas integraram diferentes órgãos, setores e meios de comunicação com objetivo de obter maior eficiência e sinergia em suas ações, a Universidade de Brasília tem mantido uma estrutura marcada pela separação, prevalecendo uma prática de atuação isolada das unidades integrantes da área e pela ausência de uma política de comunicação global. A análise de cada unidade de comunicação permite evidenciar a dinâmica que se estabeleceu ao longo dos anos.

2.1 Secretaria de Comunicação (Secom)

A Secretaria de Comunicação é a unidade mais antiga do setor de comunicação. De acordo com seu site, a Secom é responsável por informar a comunidade interna e externa sobre a produção científica e cultural da universidade, por divulgar os atos da administração e por zelar pela imagem de austeridade e de responsabilidade ética, intelectual e administrativa da UnB. Também cabe à Secom divulgar o papel social da UnB e promover eventos e atividades que integrem estudantes, professores e funcionários às funções de ensino, pesquisa e extensão da instituição.

A unidade está subordinada ao gabinete do Reitor. O cargo de secretário de comunicação tem sido historicamente, ocupado por profissionais de confiança escolhido pelo Reitor. Alguns deles pertenceram aos quadros da UnB, outros eram profissionais de mercado.

Na última gestão, a Secom foi amplamente reestruturada no sentido de ampliar o escopo de atuação da unidade. Do ponto de vista da estratégia de comunicação passou a adotar uma postura proativa de pautar a mídia - algumas reportagens da UnB Agência foram referência para jornalistas e editores de jornais, rádios e TVs. Buscou-se trabalhar na prevenção e gestão de crises, oferecendo a versão institucional para acontecimentos polêmicos. Agregou, também, ao seu trabalho a gestão da divulgação de notícias nas principais mídias sociais. O setor de *design* de material institucional foi

fortalecido com a produção frequente de campanhas, e de produtos, divulgação de eventos internos. A partir de um projeto de extensão da Faculdade de Comunicação, posteriormente assumido pela Secom, foi criada a revista Darcy, que veio a se tornar autônoma. A gestão anterior teve mérito de reformular o Portal da UnB e criar um Portal Ciência.

Evidentemente que para dar conta da multiplicidade de atividades, a estrutura cresceu significativamente. Até o final de 2012, a unidade tinha um quadro com 50 profissionais, entre estagiários, jornalistas concursados e terceirizados. O custo anual chegava a quase um milhão e meio de reais, sendo que um terço desse valor era destinado ao pagamento de participações externas¹.

Na atual gestão, a Secom passou por mudanças no sentido de compatibilizar escopo de ações, estrutura, orçamento e regularizar contratação de pessoal, especialmente a contratação de terceirizados e participações externas. A equipe de pessoal foi reduzida para 26, sendo que 10 profissionais são do quadro permanente. O custo anual caiu em 79% e as atividades estão sendo ajustadas em dois eixos de ação definidas pelo atual Secretário de Comunicação, Hugo Costa:

- a) **Serviços** – facilitar o acesso às informações de interesse acadêmico e social. Contribuir para o desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão nos campi.
- b) **Produção acadêmica** – projetar (interna e externamente) a ciência, a tecnologia e a inovação produzidas na universidade. Estimular uma agenda positiva da UnB nos veículos de comunicação

Com a reestruturação houve uma redução de cargos em relação à administração anterior, mas sem perder as dimensões básicas de atuação – comunicação interna e externa – com manutenção dos principais veículos de divulgação – site, UnB Hoje, Portal Ciência.

¹ Os dados constam de relatório "Diagnóstico e Planejamento" de 2013, elaborado pelo atual Secretário de Comunicação, jornalista Hugo Costa.

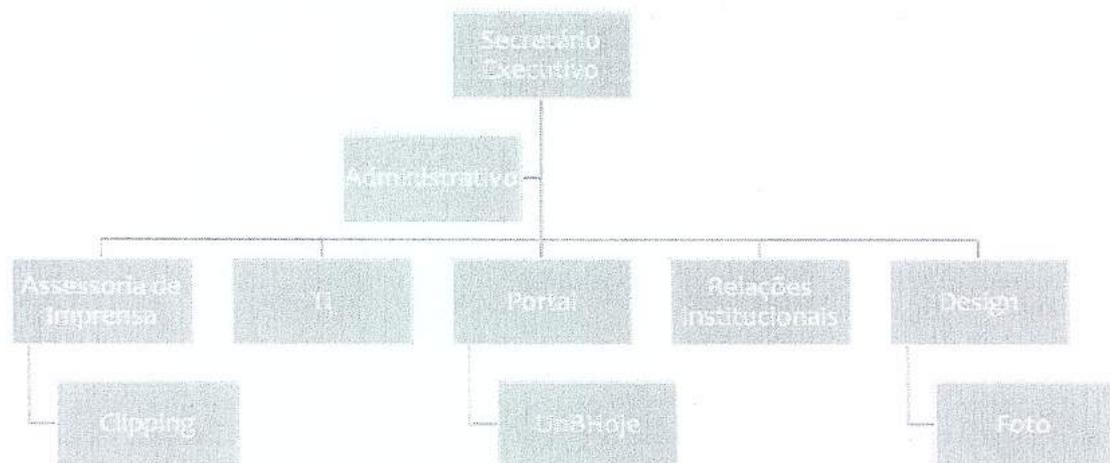


Figura 5 – organograma da Secretaria de Comunicação da UnB 2013.

Entre os desafios da atual gestão da Secom estão:

- a) resgatar a credibilidade;
- b) constituir equipe de trabalho;
- c) aproximar a secretaria da comunidade acadêmica;
- d) aprimorar serviços prestados;
- e) lançar produtos que sejam necessários e não onerosos;
- f) planejar ações coordenadas com os demais núcleos de comunicação;
- g) publicar novo portal para a universidade.

Na prática, a Secom funciona, sobretudo, como a Assessoria de Comunicação da Universidade de Brasília. Faz a mediação entre a imprensa e a comunidade acadêmica, produz material informativo interno, atualiza diariamente os portais da UnB e Ciência entre outras atividades de divulgação institucional. Não possui autonomia administrativa, do ponto de vista da gestão de recursos financeiros e de pessoal, porque não se caracteriza como órgão complementar.

Para desenvolver seu trabalho com maior eficiência, a unidade carece de melhoria do *layout* do ambiente de trabalho, equipamentos como estações de trabalho, cadeiras, ar condicionado, computadores e máquinas fotográficas.

2.2 CPCE (UnBTV)

O Centro de Produção Cultural e Educativa – CPCE – foi criado em 1986, quando o então Departamento de Comunicação, hoje Faculdade de Comunicação, teve participação decisiva na elaboração da estratégia e nos entendimentos que levariam a renegociação do convênio UnB com a Fundação Roberto Marinho. O acordo resultou na liberação de verba necessária à implantação do CPCE (nos termos antigos do convênio, a totalidade desse recurso seria destinada à Fundação Roberto Marinho, funcionando a UnB como mera intermediária). Graças ao recurso foi possível criar uma estrutura básica de produção de vídeos.

O CPCE desde sua origem procura ser um centro de referência para a produção audiovisual no Centro-Oeste. Desenvolve inúmeras coproduções, apoiando iniciativas diversas no campo da educação, da cultura e da arte. A produção para TV está direcionada a quatro campos de atuação: formação e atualização de profissionais; pesquisa; disseminação do conhecimento; e captação de recursos por meio de prestação de serviços no campo audiovisual.

Desde 2006, o CPCE passou a operar a UnBTV no Canal Universitário de Brasília, transmitido pela operadora NET no canal 6. No canal, difunde programação própria e de parceiros. A programação também está disponível na Internet - Webtv.

Na verdade, A UnBTV existe de fato, porém não formalmente na estrutura da Universidade de Brasília. Dessa forma, os funcionários do canal não trabalham formalmente nele, não podendo exigir direitos em relação ao seu trabalho realizado nessa frente do CPCE. Sua infraestrutura é a mesma utilizada pelo Centro de Produção Cultural e Educativa.

Atualmente a UnBTV produz 20 horas mensais de programas inéditos, numa média de 5 horas semanais. Para manter a programação, a emissora conta com a mão de obra de servidores não especializados e os oitenta por cento restantes, funcionários contratados pelo sistema Sicap e estagiários de graduação (ver quadro abaixo).

	Nº DE FUNCIONÁRIOS	CARGO OCUPADO
Servidores	20	Analista de téc. da informação; Assistente administrativo, Auxiliar operacional; Contador; Diretor de imagem, Editor de publicação; Eletricista; Operador de luz, Operador de câmera e TV; Produtor cultural; Téc. Audiovisual; Téc. Em eletrônica; Jornalista.
Sicap	11	Repórter Cinematográfico; Op. de sistemas de exibição. Téc. de Audiovisual; Cinegrafista; Téc. de Microondas.
Estagiários	25	Estagiários em graduação

Convém adicionar a este quadro, a título de esclarecimento, a grande rotatividade de pessoal decorrente da ausência de uma política que estimule o profissional, de qualquer vínculo, a permanecer nos quadros da UnBTV. Esta realidade acaba fazendo da UnBTV uma unidade formadora de mão de obra especializada para atuar em outras instituições.

Atualmente, o CPCE está diretamente vinculado à estrutura da Reitoria da UnB como unidade descentralizada que, em tese, pode captar recursos. No entanto, não tem autonomia financeira na gestão, nem na captação de recursos.

Vários problemas de infraestrutura têm prejudicado a atuação do Centro ao longo de sua história. A inundação ocorrida em abril de 2011 no CPCE/UnBTV destruiu a secretaria e, conseqüentemente, os registros de autorização de uso de imagens, parcerias de produção e cessões de direito de todas as obras produzidas ao longo de quase trinta anos de funcionamento. Depois do ocorrido, o Centro mudou-se para uma sala de aula no Centro Interdisciplinar em Transporte (CEFTRU). No entanto, foi necessário voltar às antigas instalações por questão de espaço.

Em 2012, o Centro sofreu outras inundações, quedas de energia e outros transtornos, acarretando perdas de equipamentos. Perdeu-se o *play-out*, que

gerencia o processo de exibição da programação da TV, VTs de captura de fitas etc. Essas situações fazem parte do cotidiano da unidade.

O CPCE dispõe de um amplo banco de imagens sobre os mais diversos temas. Grande parte desse acervo jamais foi utilizada em vídeos editados, sendo, portanto, inédita. Para mantê-la são necessárias e urgentes instalações apropriadas e uma aproximação da unidade com os diversos setores que trabalham com metodologias e técnicas de preservação².

Além disso, o órgão enfrenta dificuldades financeiras na execução de atividades típicas de um canal de TV, tais como reparo imediato de equipamentos, aquisição de material de consumo destinado à produção ou mesmo aquisição de câmeras, ilhas de edição e outros instrumentos de trabalho. Situação que pode levar o Centro a suspender programas, deixar de realizar produções por falta de mecanismos legais que permitam realizar despesas urgentes. A dificuldade também se estende à captação de recursos. Com frequência, o Centro recebe proposta de convênios e parcerias de produção, mas raramente consegue viabilizá-las devido a dificuldades e entraves burocráticos junto ao setor de Convênios e ao Jurídico da UnB.

Apesar de todas as dificuldades relatadas, o CPCE/UnBTV tem produzido satisfatoriamente seus programas e reportagens. Sempre preocupados em destacar o ensino, a pesquisa e a extensão Universitária. Suas transmissões via web são sempre solicitadas pela comunidade acadêmica, interessada em divulgar seus eventos ao vivo pela internet e pelo canal 6 da Net Brasília.

Na atualidade, além da cobertura dos eventos da UnB ao vivo, pela internet e pelo canal 6 da NET, em especial a reunião dos conselhos superiores, constam como projetos e produtos de nossa grade, entre outros, os seguintes programas:

² As informações constam do Relatório de Autoavaliação Institucional da Universidade de Brasília (UnB), referente ao exercício de 2012, pags 159-160.

DIÁLOGOS - dois convidados debatem de forma aprofundada sobre determinado tema. Um espaço democrático que ressalta o contraponto das ideias.

PALAVRA CHAVE - divulgação científica que apresenta em linguagem audiovisual teses acadêmicas. O programa enfatiza os resultados da pesquisa e seu impacto na sociedade e na cultura.

FALA, JOVEM! - visa a promover a interatividade com o aluno da UnB, a fim de que ele possa expressar sua opinião/comentário a respeito de um tema em destaque na universidade no momento.

ZAPPING - composto de matérias de conteúdo jornalístico e informativo sobre os mais variados assuntos, aborda as atividades de ensino, pesquisa e extensão universitárias, com ênfase na ciência, arte e cultura.

CAMPUS SONORO - importante expressão de diversidade musical da cidade, programa expõe os projetos em execução na Universidade de Brasília.

VOZES DIPLOMÁTICAS - uma conversa com embaixadores e representantes de instituições internacionais sobre temas como política, economia, cultura, educação e tecnologia.

ANOTAÍ – Uma revista com a agenda cultural de Brasília.

EXCLUSIVA - entrevistas exclusivas nas quais é feito um panorama geral da carreira do artista convidado.

TIRANDO DE LETRA - mostra a vida, a obra e o último lançamento de livros, artigos e publicações de escritores e professores. A ideia é esclarecer o contexto envolvido na produção e publicação de um livro.

EXPLIQUE A SUA TESE - expõe a produção científica da UnB, por meio de entrevista com os próprios pesquisadores.

CASA DO SOM - é um programa semanal, produzido pela UnBTV em parceria com o músico Dudu Maia. A cada episódio, Dudu convida compositores, cantores e instrumentistas para um bate-papo e uma sessão de gravação de músicas do repertório dos convidados.

NA TRILHA DO ESPORTE - apresenta diferentes modalidades esportivas, competições e projetos sociais relacionados ao esporte no Distrito Federal.

Entre os planos do CPCE para 2013 estão os seguintes projetos:

- A Oficialização do Canal Universitário da UnB – UnBTV;
- A obtenção de um canal digital aberto, o que implicará em comprometimento da Administração da Universidade em assumir o custo dessa migração, incluindo aquisição de equipamentos, construção de um prédio adequado para abrigar uma TV com programação diária, 24 horas no ar, contratação de profissionais capacitados, engenharia, técnicos etc.;
- A implementação definitiva da WEBTV como mais um meio de comunicação que poderá ser utilizado, além da retransmissão da programação da TV, como um meio eficiente e eficaz do Ensino a Distância, e utilização para transmissões via web de eventos produzidos pelas Faculdades, Institutos, Centros etc., da UnB. A tecnologia utilizada para webtv é conhecida como streaming (fluxo) de vídeo e permite que uma transmissão de vídeo (ao vivo ou gravado) seja assistida por um grande número de usuários simultaneamente, através de diferentes dispositivos: computadores, tablets e celulares (smartphones).
- A integração dos Campi de Planaltina, Gama e Ceilândia em um projeto de interatividade televisiva/comunicacional, onde um “braço” da TV/Comunicação estivesse funcionando / instalada permanentemente dentro de cada um dos Campi.
- A instalação do Laboratório de Mídias Digitais para desenvolver conteúdo para as mídias digitais e de interatividade par a TV.
- Continuar a trabalhar na proposta de uma Política de Gestão de Memória. O tema que começou a ser debatido em outubro de 2012, com a realização do “Seminário Gestão da Memória: Diálogos sobre Políticas de Informação, Documentação e Comunicação para a Universidade de Brasília”. O evento foi uma iniciativa da Faculdade de Ciência da Informação, Faculdade de Comunicação, CPCE/UnBTV, CEDOC e Pró-memória, apoiado pela Comissão UnB 50 anos.

2.3 Rádio UnB³

A criação de uma Rádio UnB consta da estrutura organizacional da Universidade. Conforme prevê o art. 40 do Estatuto, a emissora seria um entre os órgãos complementares, além da TV.

Em 2004 e após intensa atividade da Universidade de Brasília, durante a gestão do prof. Lauro Morhy ao longo de dois ou três anos junto ao Congresso Nacional e ao Ministério das Comunicações, um decreto legislativo concede para a FUBRA o canal 222 E (FM 92.3) de radiodifusão sonora, tipo educativo, em frequência modulada.

A alocação deste canal de radiodifusão ocorreu na FUBRA somente porque existiam, na época, interpretações jurídicas e administrativas controversas – no âmbito governamental - que defendiam que instituições do poder executivo (autarquias e/ou fundações) não poderiam ser contempladas com canais de radiodifusão em cidades onde já houvessem canais públicos alocados para a antiga RADIOBRAS, precursora da atual EBC. Como em Brasília já existiam emissoras como as Rádios Nacional AM e FM entre outras, seria questionável conceder um canal para UnB.

A FUBRA foi escolhida como entidade para receber tal canal por ser, na época, uma fundação controlada pela Reitoria da UnB e que apoiava ações da universidade em diversas áreas de execução de projetos. No entanto, todo o desenvolvimento do projeto Rádio UnB, cobertura de custos, elaboração de processo de gestão, de criação de programação, de contratação de pessoal, de serviços técnicos especializados entre outros, seria de inteira responsabilidade da UnB como a real e fiel desenvolvedora e mantenedora da ideia.

Dentro deste contexto, foi assinado em 2006 um convênio de cooperação com a Fubra - que durou quase 03 anos - para que a universidade oferecesse apoio

³ O relato sobre a situação da emissora foi extraído de documento apresentado em maio pelo prof. Carlos Eduardo Esch (FAC), atual coordenador da implantação da Rádio UnB, ao chefe de gabinete do Reitor, Humberto Abdalla.

na implantação, gestão e operação da emissora. Por meio desse convênio foram adquiridos todos os equipamentos do parque de transmissão da emissora com recursos da FUB repassados para a FUBRA no valor total aproximado de R\$ 880.000,00. Todos os equipamentos adquiridos pertencem a universidade e estão sob patrimônio e guarda da FUB. Os equipamentos foram instalados na cobertura do Top Mall, em Taguatinga, e estão em condições de funcionamento.

Mesmo com os equipamentos de transmissão, a UnB não havia designado até 2009 um local para funcionamento dos estúdios de produção e transmissão, nem mesmo havia adquirido os equipamentos necessários para essa atividade, o que impedia o funcionamento pleno da emissora. Além disso, o Ministério das Comunicações levou três anos (2005-2008) para autorizar a instalação do sistema irradiante. Sem essa autorização não era possível a realização de vistoria do Ministério que permitiria liberar a emissoras para operar em caráter experimental.

Por volta de 2009, alguns fatos iniciam uma trajetória conturbada para a FUBRA e isso ocasiona graves consequências para o andamento do projeto Rádio UnB. Uma primeira situação foi a perda de controle da FUBRA por parte da Reitoria da UnB. Em uma troca de diretoria, a referida fundação "foi tomada" e passou a ser controlada por um grupo não mais relacionado diretamente com a Reitoria da universidade.

Simultaneamente a esta mudança, a FUBRA entra – ao redor de 2009 - em uma séria crise a partir de questionamentos sobre a legalidade de ações e contratos realizados por ela com a UnB e outras instituições públicas. A fundação passa então a ter problemas graves de ordem econômica e jurídica ao longo de dois anos, o que termina levando o Ministério Público do DF, através da Procuradoria de Fundações, a iniciar um processo no sentido de extingui-la, o que foi feito em 2011/2012.

Diante do quadro de incertezas institucionais relacionadas com a crise da FUBRA, foram iniciados estudos da legislação e, principalmente, contatos com

diversos segmentos administrativos e jurídicos do Ministério das Comunicações, incluindo aí dois ministros de Estado da pasta, no sentido de obter informações do que poderia ser feito para evitar a perda do canal de rádio que estava sob responsabilidade da FUBRA, caso esta entidade viesse a ser fechada ou extinta.

Após uma série de reuniões no Ministério das Comunicações, foi indicada a possibilidade de se construir uma situação que poderia solucionar a questão do canal de rádio. Para isso, a direção da FUBRA deveria encaminhar ao ministério um documento cujo conteúdo indicasse que a entidade não teria condições de explorar o canal e o devolveria ao Ministério das Comunicações.

A Reitoria iniciou uma série de contatos com a direção da FUBRA para sensibilizá-la sobre a importância da questão para a universidade e solicitar que eles encaminhassem a carta devolvendo o canal. Inclusive uma minuta de texto foi encaminhada para a fundação no sentido de agilizar o processo de devolução, já que o processo de sua crise havia se aprofundado enormemente. Apesar da insistência no apelo realizado ao presidente da FUBRA na época, professor da universidade, a direção da FUBRA recusou-se a assinar a carta e encaminhá-la ao Ministério das Comunicações.

Diante da recusa da FUBRA, configurou-se uma das situações problemáticas no processo da Rádio UnB: o Ministério Público do DF terminou pedindo a extinção da FUBRA e arrolou o canal de radiodifusão como um "suposto patrimônio" da massa falida. Coisa que certamente não o é.

Para evitar que o canal da UnB fosse redirecionado a outra entidade, após avaliação da conjuntura legal, uma das melhores alternativas encontrada foi estabelecer uma negociação com a EBC para que esta entidade solicitasse ao Ministério das Comunicações o referido canal da FUBRA para que ela própria o explorasse aqui em Brasília. Pela atual legislação, a EBC é o ente que gerencia o sistema público de radiodifusão e ao qual pertencem os canais de natureza pública/educativa no Brasil.

Por trás da solicitação do canal da EBC havia, e ainda há, a ideia de que a UnB firmaria um convênio com a EBC para ser a gestora do referido canal de rádio no DF, assim como já acontece com outras 30 entidades de ensino superior espalhadas pelo país. Nessa situação, a EBC permaneceria como “proprietária” do canal, mas repassaria a exploração/gestão do mesmo para a nossa instituição.

No entanto, nenhuma destas tentativas de resolver os problemas surgidos no desenvolvimento do projeto Rádio UnB obtiveram êxito. Com a decretação do processo de extinção por parte do Ministério Público, o canal foi incorporado à massa falida da FUBRA, que consta do processo encaminhado para a Justiça Federal em Brasília, o que levou a um impasse existente nesse processo da Rádio UnB até o presente momento.

Foram mais de anos de luta para o enfrentamento dos múltiplos problemas que têm surgido no desenvolvimento do projeto de criação e instalação da Rádio UnB, a universidade investiu significativos recursos públicos, na casa dos milhões de reais, na construção de instalações da emissora (2010-2011), que incluem estúdios, área técnica, redações, área administrativa e, sobretudo, transmissores que já estão, inclusive, instalados aguardando o desfecho deste processo. Foram adquiridos também os equipamentos eletrônicos dos estúdios, proteção elétrica, *Links*, antenas de transmissão, *softwares* de automação radiofônica, além da estrutura de informática.

No final de 2012, o coordenador iniciou um conjunto de reuniões com representantes da direção e da área jurídica da EBC e do Ministério das Comunicações. O objetivo dos encontros foi discutir possíveis caminhos que teríamos para enfrentar: o impasse do “aprisionamento” do canal de rádio no processo judicial de extinção da FUBRA.

Como resultado das discussões, surgiu o argumento dos especialistas jurídicos da EBC e do ministério de que a universidade poderia e deveria realizar ações junto ao juiz federal – já que ainda não há um gerente da massa falida - responsável pelo processo de extinção da FUBRA para que se aventasse,

perante o magistrado, a possibilidade de que ele, a partir de um conjunto de argumentos apresentados pela UnB, e com apoio da própria EBC, antecipasse a devolução do canal para o Ministério das Comunicações. A proposta de ação nesse sentido foi encaminhada em abril ao gabinete do Reitor da UnB para providências.

Até o momento, a Rádio UnB não se constituiu como órgão complementar da UnB, conforme prevê estatuto, sequer tem orçamento próprio, e todos os recursos aplicados na construção de estúdios, instalações e compra de equipamentos foram designados pelo gabinete do reitor. Tampouco a Rádio UnB está subordinada a unidade acadêmica. Todas as questões administrativas e financeiras são encaminhadas e negociadas pelo coordenador do processo de implantação da emissora Carlos Eduardo Esch, com supervisão da direção da Faculdade de Comunicação e do gabinete do Reitor.

Ainda que a questão jurídica seja resolvida e a concessão retorne a UnB, resta um problema grave a ser resolvido. A área onde foram instalados os estúdios, no subsolo do ICC Central, foi parcialmente destruída com as enchentes de 2011. Toda a parede do estúdio principal precisa ser reconstruída, com revestimento acústico. Os estúdios principal e auxiliares tiveram o carpete destruído. Há necessidade de uma obra de infraestrutura que evite novos alagamentos no local devido a infiltração no solo. As obras de reconstrução estão orçadas em 500 mil reais.

É importante salientar que a emissora, quando entrar em funcionamento, terá de ser dotada de estrutura própria de pessoal para produção de conteúdo – jornalistas, locutores e produtores – e de técnicos especializados – operadores de áudio, engenheiros, técnico de manutenção, entre outros. Além disso, será necessário dotá-la de orçamento próprio para produção e manutenção.

2.4 Editora UnB (Edu)

Fundada em abril de 1961, é uma das editoras universitárias mais antigas do País. Seu acervo possui mais de 2000 livros e dispõe de mais de 700 títulos entre obras da própria Editora UnB e de outras editoras universitárias.

A Editora tem como missão “traduzir para o português as principais obras do patrimônio cultural, científico e técnico da humanidade, que ainda não são acessíveis em nossa língua e, sobretudo, editar textos básicos para o ensino em nível superior, além de editar a produção científica e literária da própria universidade”⁴

Publicações da Editora 2010-2012⁵

Publicações	2010	2011	2012
Exemplares vendidos (publicações da EDU)	43.493	41.612	29.537
Exemplares vendidos (publicações de outras editoras)	21.245	19.393	13.581
Pontos de venda instalados	3	2	2
Publicações	32	30	31
Títulos novos	21	25	25
Títulos reimpressos	10	6	4
Títulos reeditados	1	1	2

Fonte: Editora UnB

A Editora tem o mérito de funcionar como órgão complementar, dotada de orçamento próprio, autonomia na gestão de recursos financeiros.

2.5 Diagnóstico do setor

É fato que, na área de Comunicação, a UnB estruturou a Secretaria de Comunicação, mas, ao longo do tempo, não conseguiu integrar os veículos de comunicação emergentes como Rádio UnB e CPCE-UnBTV. As consequências dessa estratégia podem ser assim resumidas:

0. Embora as diferentes unidades de comunicação estejam vinculadas à Reitoria, cada uma fixa uma estratégia de ação baseada na perspectiva do seu dirigente.

⁴Informação consta do site da Editora UnB.

⁵As informações constam do Relatório de Auto avaliação Institucional da Universidade de Brasília (UnB), referente ao exercício de 2012, págs. 158-159.

1. A atuação isolada tem sido favorecida pela ausência de política de comunicação estratégica para a Universidade.
2. Cada unidade estabelece sua proposta de orçamento para determinado plano de ação e a encaminha individualmente junto a reitoria ou ao DAF. Ou seja, cada uma tenta prover suas necessidades de manutenção na articulação pessoal de seus dirigentes com decanatos, prefeitura e outras instâncias da UnB. A sobrevivência dessas unidades de comunicação se deve muito ao protagonismo dos seus gestores.
3. Do ponto de vista administrativo, as unidades enfrentam entraves que impedem seu desenvolvimento consistente. Entre eles encontram-se a crescente redução do número de profissionais da área, a ausência de reposição de pessoal para profissionais de estágio técnico e precarizados. Registre-se, também, a falta de equipamentos atualizados, de estrutura adequada de manutenção e de outros meios que permitam dispor de maior agilidade e qualidade no tratamento da informação na UnB.
4. Do ponto de vista da captação de recursos, unidades com perfil de órgão complementar, como o CPCE, buscam financiamento por meio de projetos, mas esbarram em dificuldades administrativas para executá-los com a agilidade e eficiência exigidos nesse tipo de atividade. Na verdade, muitos projetos acabam sendo desenvolvidos pelo protagonismo dos gestores das unidades ante a existência de oportunidades, ao invés de serem fomentados por uma política institucional. A Universidade carece de uma política de gestão para o setor que permita orientar, fomentar, articular, respaldar e acompanhar tais iniciativas.
5. Deve-se destacar, ainda, a ausência de espaço físico comum para abrigar todas as atividades de comunicação social da UnB. A este respeito, entendimentos iniciais foram mantidos para o aproveitamento da área disponível entre o final do ICC Norte e o estacionamento atrás da Biblioteca. Tal opção atenderia o objetivo de proximidade com o núcleo da Administração da UnB, bem como junto às faculdades de Ciência da Informação e de Comunicação.

6. Verifica-se, também, a carência de estudos e diagnósticos que descrevam o perfil dos públicos interno e externo de interesse da instituição. Esses dados poderiam ajudar a aperfeiçoar os veículos existentes e reorientar as estratégias de comunicação e relacionamento com esses públicos.
7. E, por fim, a ausência de uma política de comunicação integrada, institucional e orgânica, que estabeleça metas, objetivos e estratégias em um conjunto voltado para os públicos externo e interno tem favorecido a ações isoladas.

3. CRIAÇÃO DE UMA UNIDADE CENTRALIZADA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL NA UnB

3.1 Superintendência de Comunicação (ou outra denominação)

A comissão constituída com o objetivo de formular um plano de articulação entre as diversas unidades de comunicação entende que a solução para os problemas anteriormente levantados está na **criação de um órgão complementar** denominado de **Superintendência de Comunicação**⁶, que passaria a integrar, coordenar e supervisionar todas as unidades de comunicação existentes – Secom, CPCE-UnBTV e Rádio UnB – além da Editora UnB.

O Estatuto da UnB prevê, em seu capítulo V, a criação de órgãos complementares aos quais competem realizar “atividades de caráter permanente de apoio, necessárias ao desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão”. Desde a criação da Universidade, já estava previsto que Editora, Rádio e Televisão Universitária deveriam se constituir como órgãos complementares dado à especificidade de suas atividades que exigem uma dinâmica administrativa-financeira autônoma e flexível.

Com o desenvolvimento de novos conceitos e perspectivas de gestão para a área, faz-se necessário atualizar a intenção do legislador à época, ocasião em que definiu as funções e atividades de um órgão complementar quando se trata da comunicação.

Ao aplicar o conceito de comunicação organizacional integrada, defendido pela comissão, a **Superintendência de Comunicação** poderia incorporar quatro dimensões de ação:

- 1) A integração de equipes que hoje gerenciam as unidades de comunicação da instituição;
- 2) A integração dos conteúdos a partir de uma política editorial unificada;

⁶A reitoria pode avaliar qual a melhor nomenclatura para o futuro órgão. O fundamental seria preservar as funções que ora são descritas neste plano.

- 3) A integração dos processos e funções comunicacionais, compreendendo as atividades de todas as unidades envolvidas na gestão da produção de conteúdo; e
- 4) A integração da estrutura organizacional do ponto de vista administrativo e financeiro.

A comissão propõe que a **Superintendência de Comunicação** a ser criada, tenha como finalidade coordenar as ações de todas as unidades de comunicação da UnB, além de estabelecer diretrizes para uma política de comunicação integrada, algo inexistente até o presente na Universidade.

3.2 Estrutura, funções e atribuições

O Estatuto da UnB prevê em seu artigo 43 que o órgão complementar seja gerido por um diretor que responde administrativamente pelo mesmo. No artigo seguinte, especifica claramente a necessidade de órgão dessa natureza, constituir conselho deliberativo ou consultivo na forma definida no seu regimento interno.

O Regimento da UnB estabelece em seu artigo 40, as competências do diretor de órgão complementar:

a) Administrar e representar o órgão; b) convocar e presidir o Colegiado maior do órgão; c) zelar pela ordem e pela eficiência dos trabalhos; d) articular-se com as Unidades Acadêmicas cujas atividades sejam suplementadas pelo órgão; e) exercer atividades de fiscalização no ambiente do órgão; f) cumprir e fazer cumprir o regimento do órgão e as disposições estatutárias e regimentais aplicáveis; g) cumprir e fazer cumprir as instruções e as determinações do Reitor e dos Conselhos Superiores; h) apresentar ao Reitor relatório anual das atividades do órgão; i) assumir outras responsabilidades previstas no regimento interno do órgão.

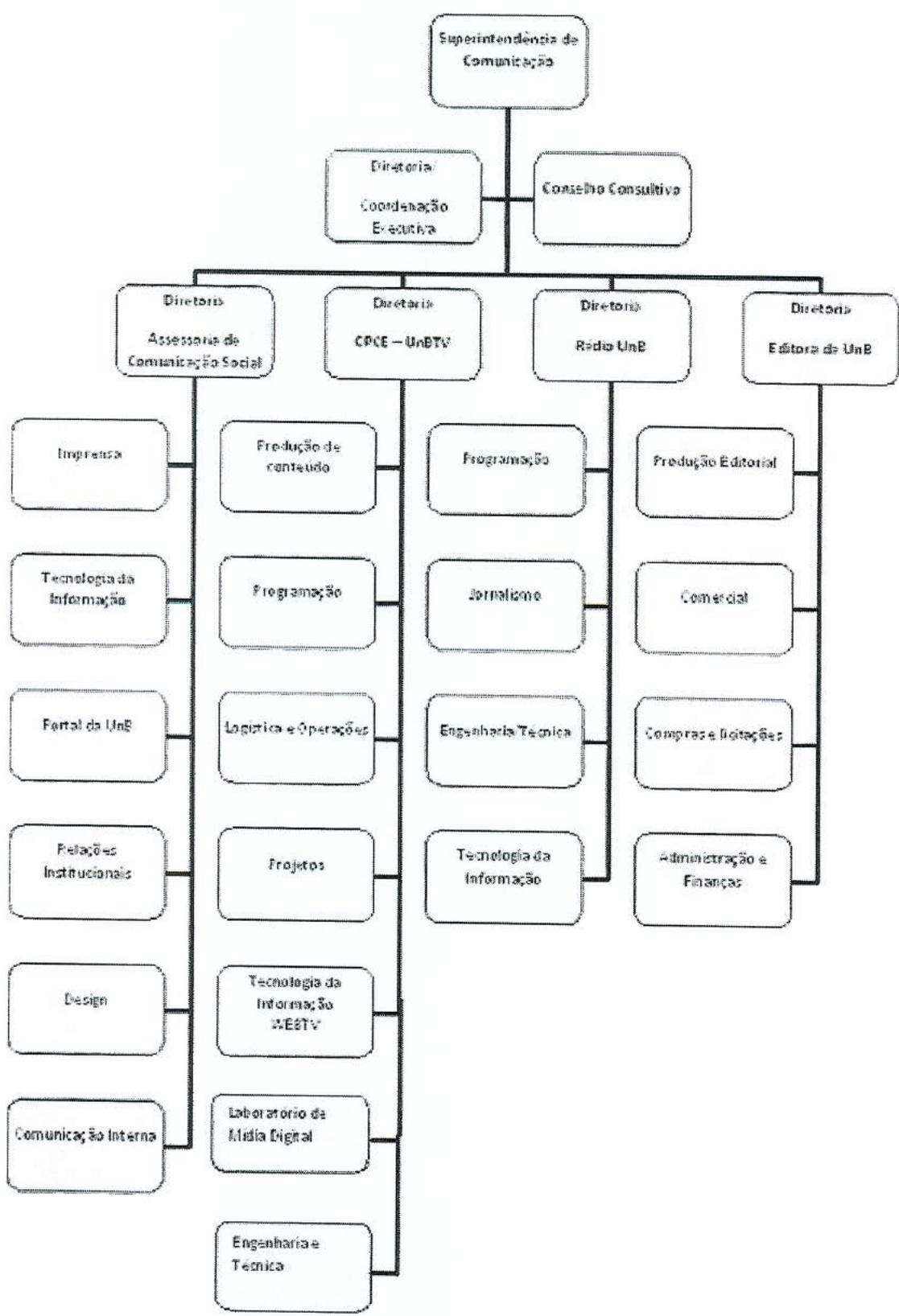
Com base nesse dispositivo legal, a comissão propõe que a **Superintendência de Comunicação** tenha um Superintendente, e sob sua subordinação estariam os Diretores das seguintes divisões:

- a. Assessoria de Comunicação (corresponde a atual Secretaria de Comunicação);
- b. CPCE – UnBTV;
- c. Rádio UnB;
- d. Editora UnB.

Para dar suporte às atividades de gestão, o órgão teria uma Diretoria ou Coordenação Executiva encarregada das ações de gestão e suporte administrativo e financeiro para as divisões. Para auxiliar na formulação de políticas de comunicação contaria com um conselho consultivo constituído por representantes das Unidades de Ensino diretamente ligadas ao setor: Faculdade de Comunicação, Faculdade de Ciências da Informação, Faculdade de Tecnologia, Faculdade de Educação, Departamento de Ciência da Computação. Além desses membros, o conselho pode ser integrado por um representante do Gabinete do Reitor e um representante das divisões do órgão.

A seguir uma proposta de organograma.

Organograma da Superintendência de Comunicação da Universidade de Brasília



Da Superintendência de Comunicação

Finalidades:

- a. Coordenar as ações das divisões do órgão complementar com o propósito de manter a unidade e a identidade institucional, integrar unidades e equipes profissionais, otimizar esforços e recursos.
- b. Propor e executar política de comunicação organizacional integrada para a UnB por meio da ação de suas divisões e do Conselho Consultivo.

Atribuições:

Em comum acordo com as diretrizes propostas pelo Conselho Consultivo e entendimentos entre coordenadores das divisões, podendo ter o suporte de uma fundação de apoio, caberá à Superintendência de Comunicação:

1. Para cumprir a finalidade de coordenar as ações das divisões:
 - a. Articular as ações das divisões de modo que mantenham uma coerência de discurso, comportamento e iniciativas por meio dos diferentes veículos e suportes utilizados pela UnB na comunicação institucional.
 - b. Apoiar técnica e administrativamente as divisões na execução de suas atividades.
 - c. Aprovar a estrutura de cargos e de pessoal, a política de remuneração e de concessão de bolsas de estágio de cada divisão.
 - d. Intermediar a celebração de convênios, acordos, ajustes, contratos e outros instrumentos jurídicos, com pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, com organismos financeiros públicos ou privados de apoio e fomento com o objetivo de obter recursos para financiar as atividades das divisões.
 - e. Elaborar plano de atividades e orçamento anual em comum acordo com as divisões.
 - f. Elaborar relatório anual de prestação de contas.

- g. Garantir a destinação de recursos no orçamento geral da UnB para as ações das divisões do órgão, conforme plano de atividades anual aprovado pelo Conselho Consultivo.
 - h. Zelar para que as divisões estejam funcionando em locais apropriados no exercício de suas atividades.
 - i. Fazer gestões junto aos conselhos superiores da UnB no sentido de se conseguir recursos para a construção de um prédio adequado, do ponto de vista técnico, para abrigar todas as divisões de comunicação.
 - j. Intermediar a produção, a compra e a permuta de programas de áudio e vídeo educativos, científicos, culturais, artísticos e jornalísticos.
 - k. Promover atividades de capacitação contínua da equipe gestora do órgão, assim como das equipes técnicas de suas divisões.
 - l. Escolher, em comum acordo com a Reitoria, os dirigentes das divisões considerando a vinculação ao quadro de funcionários da Universidade, currículo profissional, disponibilidade para se dedicar à tarefa de gestor em tempo integral.
 - m. Elaborar projeto de regimento interno a ser submetido à apreciação do Conselho Consultivo.
2. Para cumprir a finalidade de propor e supervisionar a execução de diretrizes de uma política de comunicação integrada para a instituição:
- a. Convocar o Conselho Consultivo.
 - b. Elaborar a política de comunicação integrada para a UnB em parceria com as divisões do órgão e Conselho Consultivo.
 - c. Realizar estudos, pesquisas e análises definidos pelo Conselho Consultivo.

Do Conselho Consultivo

Finalidades:

- a. Contribuir com a elaboração e supervisão da política de comunicação organizacional integrada para a UnB.
- b. Supervisionar as atividades da Superintendência de Comunicação ou Secretaria de Comunicação

Atribuições:

- a. Avaliar plano de atividades anual.
- b. Avaliar relatório anual de prestação de contas.
- c. Pronunciar-se sobre a linha editorial e as estratégias da Superintendência de Comunicação ou Secretaria de Comunicação, bem como sobre seus programas, projetos, produtos e serviços prestados por meio das divisões do órgão.
- d. Aprovar as prioridades e metas a serem observadas na execução das finalidades da Superintendência de Comunicação ou Secretaria de Comunicação.
- e. Aprovar o regimento interno da Superintendência de Comunicação ou Secretaria de Comunicação.

Da Coordenação Executiva**Finalidade:**

- a. Controle e gerenciamento das atividades administrativas e financeiras da Superintendência.

Das Diretorias**Finalidade**

- a. Executar plano de ações anual definido em comum acordo com a Superintendência de Comunicação conforme diretrizes da política de comunicação organizacional integrada.

Atribuições:

- a. Gerir processos de comunicação, fluxo de informações midiáticas, veículos de comunicação em diferentes suporte e produção editorial.

- b. Produzir, veicular e distribuir produtos de comunicação e editorial e serviços conforme diretrizes da política de comunicação organizacional integrada.
- c. Estabelecer meios e técnicas para realizar o controle de qualidade de seus produtos e serviços.
- d. Gerir recursos humanos, técnicos, financeiros e patrimoniais da diretoria com eficiência, qualidade, agilidade, correção e ética na execução de suas atividades.
- e. Otimizar esforços e recursos na execução de suas atividades.
- f. Elaborar plano de desenvolvimento estratégico em consonância com a política de comunicação organizacional integrada e submetê-lo à aprovação da Superintendência de Comunicação ou Secretaria de Comunicação.
- g. Elaborar projetos de produtos, serviços ou ações que possibilitem captação de recursos por meio de convênios e contratos.
- h. Produzir e disponibilizar manual de redação, procedimentos, instruções e técnicas para realização de produtos institucionais de comunicação.
- i. Zelar pelos direitos autorais de publicação impressa ou digital, notícia ou produção fotográfica e audiovisual.
- j. Elaborar relatório anual de prestação de contas e submetê-lo a avaliação Superintendência de Comunicação ou Secretaria de Comunicação por meio do Conselho Consultivo.

Em tempo

Uma questão legal que merece uma análise mais acurada é a situação da Editora da UnB, que já é um órgão complementar com CNPJ próprio e mecanismos de gestão administrativa e financeira autônoma. O ideal seria mantê-la como órgão complementar sob a supervisão da Superintendência de Comunicação.

4. PROPOSTA DE AGENDA DE TRABALHO

A execução da criação de um órgão complementar denominado de Superintendência de Comunicação, conforme atribuições e finalidades descritas anteriormente, exige uma série de ações que extrapolam o âmbito das atribuições da comissão encarregada da redação desse documento.

A seguir a comissão faz uma sugestão de agenda de trabalho para dar andamento à presente proposta:

1. Caso a Vice-reitoria concorde com as diretrizes aqui apresentadas, eleger um gestor para o processo a quem caberia:
 - a. Discutir a proposta com os coordenadores das atuais unidades de comunicação com o objetivo de aperfeiçoá-la quanto à estrutura, atribuições e modelo de funcionamento do órgão complementar.
 - b. Com base nas contribuições, elaborar o documento que propõe a criação da Superintendência de Comunicação para ser aprovado nos conselhos superiores da UnB.

2. Paralelamente, enquanto se discute em instâncias superiores a criação do órgão complementar, seria desejável iniciar o processo de construção de uma política de comunicação organizacional integrada para a UnB. Algumas etapas poderiam ser seguidas:
 - a. Constituição de um grupo de trabalho para formular uma proposta de política para posterior discussão em conselhos superiores da UnB. O grupo poderia ser constituído por representantes das atuais unidades de comunicação, Faculdades de Comunicação, Ciência da Informação e Tecnologia. É fundamental que o grupo não seja numeroso.
 - b. Realização de pesquisa empírica para saber a opinião dos públicos interno e externo sobre os produtos, veículos e serviços de comunicação da instituição. Os dados da pesquisa poderão orientar a formulação de diretrizes da futura política de comunicação.

É importante lembrar que todo esse procedimento de discussão e produção de documentos deve ser orientado pelo formalismo, ou seja, com registro das reuniões.

Entende-se que a construção uma política de comunicação para a instituição envolve uma discussão objetiva com todos os segmentos envolvidos. No Anexo 1 consta a contribuição do diretor da Faculdade de Comunicação da UnB, David Renault para essa discussão.

Referências bibliográficas

KUNSCH, Margarida. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*, São Paulo: Summus, 2003, p. 149.

Sites pesquisados

USP - <http://www.scs.usp.br/>

UFRN - <http://www.comunica.ufrn.br/>

UFF - <http://www.uff.br/uffon/agencia/agenciauff.php>

UFSCAR - <http://www.ccs.ufscar.br/a-ccs>

UFG - <http://www.ascom.ufg.br/>

Anexo 1

Reflexões para um plano de Comunicação Social

David Renault

Diretor da Faculdade de Comunicação

A Universidade de Brasília tem uma Secretaria de Comunicação Social (Secom) responsável por serviços e informações diversas e por gerenciar a imagem da instituição. Elabora e disponibiliza uma série de produtos jornalísticos que tem entre seus objetivos aproximar a universidade e sociedade, entre eles, um serviço de *Assessoria de Imprensa* para atendimento aos veículos de comunicação em geral. São de responsabilidade da Secom, ainda, a manutenção do *Portal UnB*, com conteúdo institucional e noticioso, a *UnB Agência*, que produz as notícias, o boletim informativo *UnB Hoje*, *UnB Ciência* e a revista *Darcy*. No portal não há informações disponíveis sobre a estrutura de pessoal utilizada para sua produção e operacionalização

Não existe (ou pelo menos não há informação disponível) um Plano de Comunicação Social, ou se preferir, Comunicação Organizacional, institucional e orgânico, que estabeleça metas, objetivos e estratégias em um conjunto voltado para os públicos externo e interno – este formado por professores, estudantes e servidores. É plausível imaginar que este Plano nunca tenha existido na UnB, cujas atividades de Comunicação Social seguiram ao sabor dos acontecimentos e demandas ocasionais, com a elaboração e implantação de propostas pontuais. É inegável, porém, que muitas atividades e ações que foram e continuam sendo desenvolvidas se enquadram dentro de um Plano mais abrangente, que deve considerar que o conhecimento gerado na universidade, custeada com o dinheiro público, precisa obrigatoriamente ser devolvido à sociedade, que tem o direito à informação.

Os avanços da tecnologia e ampliação das parcelas da sociedade com acesso à internet e seus vários instrumentos vêm transformando de forma acelerada as formas de relacionamentos sociais, incluindo as das organizações públicas e privadas com a sociedade e seus vários públicos. Surgem novos padrões e exigências que não podem ser ignorados.

Se não há um Plano de Comunicação, podemos refletir sobre o assunto, considerando a bibliografia especializada e experiências práticas relacionadas

a organizações públicas e privadas. Aqui no caso, a reflexão parte do princípio que se trata de instituição pública de ensino superior, que tem missões, metas e objetivos bem definidos, relacionados ao trabalho científico, educativo e de extensão, que podem vir a ser modificados ao longo do tempo.

Um Plano de Comunicação da UnB precisa levar em conta que a instituição tem dois públicos distintos: o interno e o externo. O primeiro, formado por cerca de 38 mil alunos de Graduação e Pós, 2.450 professores e 2.650 funcionários do quadro, além de outros em situações diversas, como os terceirizados (contatados por empresas especializadas) e os precarizados, contratados pela própria UnB. O segundo é formado pelos segmentos da sociedade que têm algum tipo de relacionamento e interesse na universidade, incluindo aqui os meios de comunicação – jornais, revistas, sites noticiosos, emissoras de rádio e tv (abertas e fechadas), sobretudo privados.

A elaboração de um Plano depende do cumprimento de várias etapas, começando com um diagnóstico que identifique a situação atual da área de Comunicação (estrutura física, equipamentos, pessoal), as características dos públicos que se pretende atingir, até a elaboração do Plano propriamente dito, com seus princípios, objetivos, metas, atividades, produtos e ferramentas necessárias para sua execução.

No plano interno, um dos grandes desafios é “mapear” e identificar os anseios de um público altamente diversificado. Do ponto de vista “funcional”, se no caso de professores há uma certa homogeneidade, já que a maioria tem o mesmo nível de qualificação, com salários semelhantes por classes, e objetivos acadêmicos também próximos, com variações entre áreas e pessoas, o mesmo não se pode dizer dos servidores, como se disse, divididos, entre os concursados, precarizados e os terceirizados.

E mesmo entre cada um desses três segmentos há uma ampla diversidade de formação, salários, classe social e objetivos. Como se sabe que a situação não deve ser resolvida em curto prazo, com a manutenção apenas de contratados, essa diversidade não pode ser minimizada em um Plano de Comunicação. Um terceiro público interno, os estudantes, também têm uma característica especial, a principal resultante do fato de que estão aqui de “passagem”, por um tempo. E isso exige uma estratégia de convencimento e atração diferenciada.

Há uma questão relevante a ser considerada neste momento: o fato da universidade estar saindo de um período em que a comunidade esteve muito dividida, como mostraram a campanha eleitoral, com um grande número de candidatos e o resultado final apertado, além da própria greve. No caso dos professores, o fim do movimento foi decidido por uma minoria de votos, na maior assembléia já realizada na universidade. Significa dizer, no mínimo, que os professores estão bastante divididos em relação ao projeto que pretendem para a universidade e o próprio futuro da categoria, já que as duas propostas colocadas durante a greve são bastante distintas.

Um Plano de Comunicação interno deve ter entre seus principais objetivos conscientizar os seus públicos (repetimos, professores, estudantes e funcionários), da missão, objetivos, metas e outros aspectos relevantes da instituição para, assim, tentar convencê-los a se tornarem parceiros efetivos e atuantes no processo. Para se tornar parceiro, porém, o público interno precisa estar bem informado e ter conhecimento do que acontece na universidade, desde os gastos orçamentários, até a relevância dos trabalhos, projetos, pesquisas realizadas, seus resultados e benefícios para a sociedade.

A Comunicação interna

No portal da UnB há instrumentos pontuais de comunicação com os públicos internos, como a *Agência de Notícias* e o *UnB Hoje*. O sistema de comunicação predominante, porém, é o webmail. Pelo @unb.br. todos recebem diariamente, de centenas de emissários dos mais diversos, um excesso absurdo de supostas informações, recados, avisos, sem qualquer filtro ou critério. É o endereço onde se toma conhecimento (ou deveria tomar) de assuntos de interesse restrito da comunidade universitária, como o falecimento de alguém que é ou foi da UnB, o calendário escolar, convites para congressos, exposições, anúncio de cursos para funcionários, falta de energia ou de acesso à internet no campus, mas também convites para integrar redes sociais, ler textos panfletários contra ou a favor de uns e outros, propostas para se retirar o nome do *Serasa* ou de empréstimos supostamente vantajosos, entre outros.

Sabe-se que a maioria é deletada sem leitura, mas há perda de tempo e esforço por parte de quem, na dúvida, abre os recados para ver o que é. Pior,

como as informações, da forma como são transmitidas, não inspiram confiança ou interesse, parte significativa da comunidade não toma conhecimento de fatos que afetam diretamente suas atividades, como, por exemplo, problemas no acesso à internet ou falta de energia.

É preciso separar os assuntos que efetivamente interessam à comunidade universitária e criar canais específicos para tratar de cada um, o que não é difícil, já que a maioria dessas informações tem um fluxo descendente, ou seja, parte da hierarquia mais alta para a mais baixa. Evidentemente que é preciso ter canais no sentido inverso, inclusive, para perceber e identificar as percepções e anseios do público. Considerando o avanço da tecnologia e que a UnB já tem um elevado grau de informatização (o que significa necessidade de menos investimentos), é imprescindível fazer uso desses instrumentos tecnológicos, inclusive com a formação de uma rede *intranet*, que pode ter muito mais eficiência.

O portal da UnB, há tempos, abriga as mais distintas informações relacionadas a instituição, desde informações sobre ingresso, cursos, a estrutura administrativa, ferramentas para que o aluno possa fazer e cancelar matrícula em disciplinas, assim como os professores registrarem suas menções, além de informações jornalísticas e artigos, entre outros. Tudo relacionado, de alguma forma, à Comunicação.

Decanatos, Secretarias, Diretorias, Faculdades e mesmo alguns programas e projetos têm páginas próprias, autônomas, mas parte integrante do portal da UnB, algumas com notícias jornalísticas, produzidas, ao que se sabe, sem interferência da Secom, pelas dezenas de estagiários contratados para isso. Não se trata de centralizar (mesmo porque é praticamente impossível) ou tolher a autonomia das unidades, mas de encontrar uma forma de ter um mínimo de uniformidade na linguagem e padrões utilizados pelo conjunto da universidade dentro do portal.

A Comunicação externa

A Comunicação externa destina-se ao público que se relaciona com a universidade com objetivos distintos: de jovens e suas famílias que pretendem um dia ingressar no ensino superior, até segmentos da sociedade que têm interesse em estudos e projetos desenvolvidos internamente, incluindo-se aqui

os meios de comunicação. O papel primordial de um Plano de Comunicação para este público, então, é transmitir de forma objetiva, clara, transparente, sem preconceito ou favorecimento a setores ou grupos internos e externos, como a universidade está devolvendo à sociedade, em resultados, o que recebe em recursos resultantes em grande parte dos impostos e tributos, pagos pelos contribuintes.

Um Plano de Comunicação para o público externo deve prever a abertura da instituição a esse público, a exemplo do que se faz há muitos anos através da Semana Universitária, para citar um exemplo. Mas fundamental nesta área é a abertura e divulgação de informações relativas à universidade e que interessam à sociedade, como os resultados de pesquisa, as atividades, projetos e programas que se oferece regularmente por meio do ensino, pesquisa e extensão.

O atendimento aos meios de comunicação, sobretudo, jornais, revistas (impressos e on line) e emissoras de rádio e televisão é um ponto essencial no processo de Comunicação externa. É necessário manter permanentemente atualizado um cadastro de professores diversos aptos a falar, escrever e dar entrevistas sobre assuntos de suas áreas de estudos, ensino e pesquisa. É uma forma de repassar à sociedade o conhecimento adquirido e, também, de contribuir para assegurar a boa imagem da instituição. Um cadastro estruturado sem preconceito nem favorecimentos, cujo único critério seja o da qualificação do docente. Esse cadastro deve ter e-mails dos professores e, em muitos casos, até mesmo telefone, pois vários têm interesse em falar para a mídia e não se incomodam em fornecer seus números.

O atendimento personalizado a determinados veículos que se caracterizam por utilizar a opinião de acadêmicos e estudos sobre pesquisas e projetos acadêmicos para ilustrar suas matérias deve ser estimulado, a partir de um estudo prévio e um processo permanente de aproximação. A Secom UnB hoje já desenvolve várias iniciativas que devem fazer parte de um Plano de Comunicação. O que é preciso é avaliar a efetividade dessas iniciativas e discutir como podem ser melhoradas e ampliadas.

A revista *Darcy* vem se consolidando como importante meio de divulgação do trabalho científico da universidade. Sua proposta original é de ser um veículo independente e autônomo, inclusive em relação à administração



superior da UnB, mas precisa encontrar alternativas para a sua auto-suficiência financeira. Fundamentais nas propostas de comunicação voltadas para os públicos interno e externo são ainda a *UnB TV* e a futura *Rádio UnB*. A *TV*, sem qualquer autonomia financeira e administrativa, é vinculada ao Centro de Produção Cultural e Educativa (CPCE), que, por sua vez, vincula-se ao Gabinete do reitor e, por razões que precisam ser melhor esclarecidas, também carece de autonomia. No desenho atual, a *Rádio* se vincularia ao mesmo Gabinete.

A experiência mostra que a atividade de tele radiodifusão exige dinamismo e agilidade no cotidiano, o que contrasta fortemente com as dificuldades administrativas e técnicas enfrentadas pelas instituições públicas para precisam oferecer soluções rápidas para problemas diversos. A legislação que rege os processo de compras e de estabelecimento de contratos distintos no campo da administração pública, aliado ao centralismo administrativo, desenham um amplo perfil de dificuldades para o funcionamento de rádios e televisões públicas universitárias.

Afinal, uma emissora qualquer que teve seus transmissores avariados não poderá aguardar meses para solucionar o seu problema através – somente - de um longo e exaustivo processo de licitação. Nesse contexto, devemos considerar também que existe um amplo conjunto de regras e obrigações estabelecido pela Legislação em vigor na radiodifusão, que obriga as emissoras a cumprirem prazos e a manterem plenamente suas operações, sob pena da aplicação de pesadas sanções econômicas e jurídicas, caso a concessionária não as cumpram.

Entendemos que é indispensável que a UnB estabeleça para as suas emissoras de rádio e televisão um desenho jurídico e institucional que permita, sem abdicar do controle, exercer uma administração ágil e dinâmica. Avaliamos duas possibilidades: A primeira seria a criação de um centro – previsto no regimento geral - que alojasse as emissoras e que pode estar vinculado, por exemplo, à Faculdade de Comunicação. Esse centro seria responsável, exclusivamente, por levar a cabo todas as atividades inerentes ao funcionamento da *Rádio* e da *TV UnB* e deveria ser dotado de uma considerável margem de manobra administrativa e financeira para garantir agilidade aos processos financeiros, de compras e de contratações.

Outra possibilidade – a melhor em nossa opinião,mas que pode enfrentar mais obstáculos legais e formais para sua efetivação – seria a criação de uma Fundação de Apoio com objeto único, com a finalidade exclusiva de dar suporte as atividades de teleradidifusão desenvolvidas na universidade. Essa Fundação estaria amparada no decreto 7423, de dezembro de 2010, que define novas normas e parâmetros para o estabelecimento e funcionamento das fundações de apoio das instituições de ensino superior.

Apesar de todas as restrições impostas na nova legislação do setor, o “formato fundação”, no cenário da administração pública como é o da UnB, ainda se apresenta como o mais propicio para abrigar o funcionamento de emissoras de rádio e televisão e a execução de projetos neste segmento. Já possuímos uma proposta básica para o seu estatuto e sua criação dependeria do Conselho Universitário e do Ministério Público.

Para detalhar a estrutura e atividades da *UnB TV* é preciso realizar um levantamento e análise mais aprofundados. Julgamos, no entanto, que muito do que pode vir a ser a *TV*, seus objetivos e metas, está previsto em proposta para a *Rádio UnB*, que vem sendo discutida, elaborada e aperfeiçoada há mais de 10 anos por professores da FAC, especialmente Carlos Eduardo Esch e Nélia Del Bianco, cujo teor encontra-se em documento anexo.

Brasília, 10 de Outubro de 2012

David Renault



RESOLUÇÃO DA VICE-REITORIA N. 11 /2013

Constitui Comissão para avaliar a proposta do plano de articulação apresentada pela comissão composta pela Resolução da VRT 004/2013.

A VICE-REITORA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, no uso de suas atribuições estatutárias,

RESOLVE:

Art. 1º Constituir Comissão para, no prazo de 60 (sessenta) dias, avaliar a proposta de plano de articulação entre as diversas unidades de comunicação da Universidade de Brasília, apresentada pela Comissão nomeada pela Resolução da Vice-Reitoria n. 04/2013.

Art. 2º Esta comissão será constituída pelos seguintes membros:

- Neuza Meller Maia (CPCE) Presidente
- Ana Valéria Machado Mendonça (DSC)
- Nelia Rodrigues Del Bianco (FAC)
- Shirley Gonçalves de Oliveira (SECOM)
- Daniel Souza Peixoto (EDU)
- Rosangela Barz (PROMEMORIA)
- Cynthia Roncaglio (CEDOC)
- Elmira L. Melo Simeão (FCI)
- Carlos Eduardo da Costa Esch (FAC)
- Célia G. Rocha (CIC)

Brasília, 23 de julho de 2013.


Sônia Nair Bão
Vice-Reitora

neuza@gmail.com/nbianco@uol.com.br/valeriamendonca@unb.br/shirley@unb.br/danielpaixoto@unb.br/robarz@gmail.com/cynthia.roncaglio@gmail.com/ elmira@unb.br/caduesch@hotmail.com/ghedini@cic.un.br

64

UnBDoc - Folha de Rosto

Nº UnBDoc: **88436 / 2013**

Protocolo:

Tipo: **MEMORANDO**

Data de emissão: **10/07/2013**

Origem: **FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

Nº origem: **175/2013**

Interessado: **FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

Data recebimento: **10/07/2013**

Usuário: **IVONEIDE / FAC**

Assunto:

ATENDIMENTO AO MEMO VRT N.94/2013 DE 28/06/2013.



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Comunicação

02
65

MEMO FAC N. 175/2013

Brasília, 10 de Julho de 2013.

Para: VRT

Assunto: **Indicação (faz)**

Senhora Vice-Reitora,

Em atendimento ao Memo VRT n.94/2013 de 28 de junho de 2013, indicamos o Professor **Carlos Eduardo da Costa Esch**, como representante da Faculdade de Comunicação.

Atenciosamente,



Prof. Dr. David Renault da Silva
Mat. 145327
Diretor - FAC/UnB

RECEBIDO
10/07/2013

UnBDoc - Folha de Rosto

Nº UnBDoc: **87271 / 2013**

Protocolo:

Tipo: **MEMORANDO**

Data de emissão: **08/07/2013**

Origem: **FACULDADE DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - FCI**

Nº origem:

Interessado: **FCI**

Data recebimento: **08/07/2013**

Usuário: **SILENE / FCI**

Assunto:

**INDICAÇÃO DE COMISSÃO PARA ORGANIZAÇÃO DE
POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO,
INFORMAÇÃO E MEMÓRIA DA UNB**



Memorando 235/2013/FCI

Em 08 de julho de 2013.

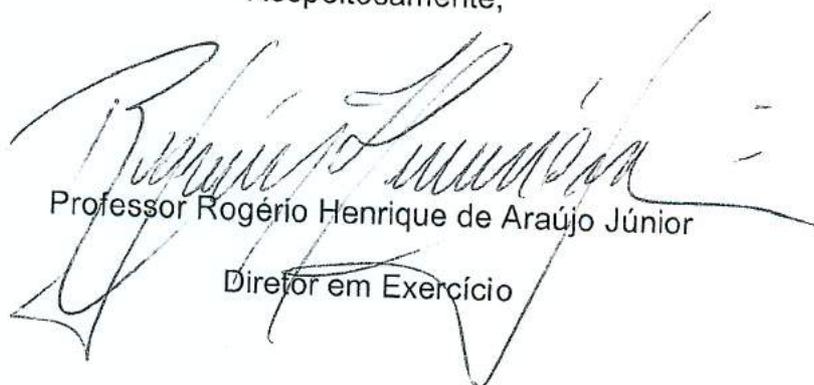
Para: Vice-Reitoria

Assunto: Indicação de comissão para organização de políticas institucionais na área de comunicação, informação e memória da UnB.

Senhora Vice reitora,

Em resposta ao memo VRT n. 93.2013, que solicita indicação da FCI para compor comissão que discutirá estratégias e políticas institucionais para a área de comunicação, informação e memória da UnB, informamos que as professoras Elmira L. Melo Simeão (titular) e Eliane Braga (suplente), deverão compor a comissão.

Respeitosamente,



Professor Rogério Henrique de Araújo Júnior
Diretor em Exercício

UnBDoc - Folha de Rosto

68

Nº UnBDoc: 86303 / 2013

Protocolo:

Tipo: MEMORANDO

Data de emissão: 04/07/2013

Origem: SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO - SECOM

Nº origem: 119/2013

Interessado: HUGO COSTA

Data recebimento: 04/07/2013

Usuário: SALVADOR / SECOM

Assunto:

**INDICAÇÃO DE REPRESENTANTE PARA COMPOR
COMISSÃO PARA PROPOR ORGANIZAÇÃO DA ÁREA DE
COMUNICAÇÃO.**



Memorando nº 119/2013

Brasília, 04 de julho de 2013

Da: Secretaria de Comunicação da UnB – Secom
Para: Vice-Reitoria - VRT

Senhora Vice-Reitora,

Em atenção ao memorando nº. 95/2013, o qual solicita um representante desta Unidade para compor a comissão para propor a organização da área de comunicação, indicamos o nome dos servidores Shirley Gonçalves de Azevedo e Fernando Oliveira Paulino para serem os representantes desta SECOM.

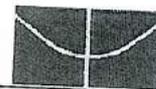
Atenciosamente,



Hugo Costa

Secretário Executivo de Comunicação da UnB

Shirleyg@unb.br
fepaulino@gmail.com



Memo VRT n.95 /2013

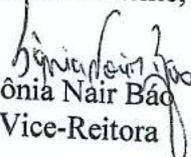
Brasília, 28 de junho de 2013.

A SECOM

Senhor Secretário

Solicitamos indicar até dia 08/07/2013, um representante desta Unidade para compor comissão a ser nomeada pela Vice-Reitoria, para propor a organização da área de comunicação, informação e memória na Universidade de Brasília.

Atenciosamente,


Sônia Nair Bão
Vice-Reitora

Memo. 055 /EDU

Brasília, 12 de julho de 2013.

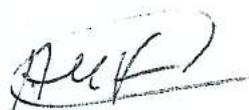
À Vice-Reitoria

Assunto: Ref. Memo VRT nº 97/2013, de 28/06/2013.

1. Atendendo à solicitação dessa Vice-Reitoria, indicamos o servidor abaixo para compor comissão que proporá a organização da área de comunicação, informação e memória na Universidade de Brasília:

- **DANIEL SOUZA PEIXOTO**
e-mail: danielpeixoto@unb.br
tel.: 3035 4241

Atenciosamente,



Profa. Ana Maria Fernandes
Diretora
Editora UnB

UnBDoc - Folha de Rosto

72

Nº UnBDoc: **86259 / 2013**

Protocolo:

Tipo: **CONVITE**

Data de emissão: **04/07/2013**

Origem: **PROMEMÓRIA/UNB/DEX**

Nº origem:

Interessado: **PROMEMÓRIA/UNB/DEX**

Data recebimento: **04/07/2013**

Usuário: **RACHEL / PROMEMORIA-UNB**

Assunto:

**INDICAÇÃO COMISSÃO PARA ORGANIZAÇÃO DA ÁREA DE
COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E MEMÓRIA DA UNB**



Brasília, 04 de julho de 2013.

A Vice-Reitoria
Att.: Profa. Dra. Sônia Nair Bão
Assunto: Indicação de representante do ProMemória-UnB/DEX

Prezada Vice-Reitora,

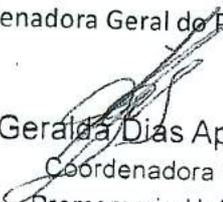
Em atendimento a sua solicitação expressa no Memo VRT n. 99/2013, indicamos o nome da Analista de Tecnologia da Informação Rosangela Barz, Mat. FUB 121.371, para compor a Comissão que irá propor a organização da área de comunicação, informação e memória da Universidade de Brasília.

Sem mais, colocamo-nos a disposição para outras informações necessárias.

Atenciosamente,

. Profa. Dra Geralda Dias Aparecida

Coordenadora Geral do ProMemória-UnB/DEX.


Geralda Dias Aparecida
Coordenadora Geral
Promemoria-UnB/DEX

Handwritten notes:
Cópia para o ProMémoria
04/07/2013

UnBDoc - Folha de Rosto

74

Nº UnBDoc: 86026 / 2013

Protocolo:

Tipo: MEMORANDO

Data de emissão: 04/07/2013

Origem: DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

Nº origem: vrt 98/2013

Interessado: DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

Data recebimento: 04/07/2013

Usuário: LUCIARA / CIC

Assunto:

INDICAÇÃO DE REPRESENTANTE PARA COMPOR COMISSÃO.



75

Memo VRT n. 93 /2013

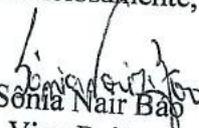
Brasília, 28 de junho de 2013.

Ao CIC
Via : IED

Senhor Chefe,

Solicitamos indicar até dia 08/07/2013, um representante desta Unidade para compor comissão a ser nomeada pela Vice-Reitoria, para propor a organização da área de comunicação, informação e memória na Universidade de Brasília.

Atenciosamente,


Sônia Nair Bão
Vice-Reitora

*Sônia Nair Bão
Tel 3929 0021*



Ao CIC,

para pronunciamento.

Em 02/07/2013

Prof. Dr. Dívio Leandro Borges
Diretor
Instituto de Ciências Exatas
UnB

Ao IED,

Prezado Prof. Norais,

Embora não tenha conversado com ela, creio que a Profa. M. Emilia seria a mais indicada para a citada comissão.

Em 04/07/2013

Prof. Dr. Dívio Leandro Borges
Chefe do Departamento de Ciência da Computação
Universidade de Brasília - UnB
Mat. 1013955

Ao IED,

Cópia Profa. Célia Ghedini Balha,
SUGERIMOS A PROFA CÉLIA G. BALHA
PELA SUA RECENTE PARTICIPAÇÃO NO
EVENTO DE "GESTÃO DA MEMÓRIA"

Em 16/07/2013

À VRT

De ordem, informo sobre a confirmação da Profa. Célia G. Balha para a referida comissão, a qual esteve presente no evento Gestão da Memória, realizado em 17/07/2013.

Dívio Leandro Borges
Assistente de Direção
Instituto de Ciências Exatas

unBDoc - Folha de Rosto

77

Nº UnBDoc: **84083 / 2013**

Protocolo:

Tipo: **PARECER**

Data de emissão: **01/07/2013**

Origem: **CEDOC**

Nº origem:

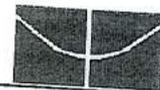
Interessado: **VRT**

Data recebimento: **01/07/2013**

Usuário: **RONALD / CEDOC**

Assunto:

**INDICAÇÃO DA SERVIDORA CYNTHIA RONCAGLIO PARA
COMISSÃO A SER CRIADA PELA VRT.**



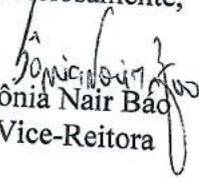
Memo VRT n. 96 /2013

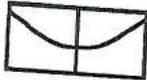
Brasília, 28 de junho de 2013.

AO CEDOC

Senhora Diretora,

Solicitamos indicar até dia 08/07/2013, um representante desta Unidade para compor comissão a ser nomeada pela Vice-Reitoria, para propor a organização da área de comunicação, informação e memória na Universidade de Brasília.

Atenciosamente,

Sônia Nair Bão
Vice-Reitora

Processo n.	 UnB 79
Rubrica:	
UnBDoc n. 84083/2013	Folha n.
	Centro de Custo: CEDOC

À Vice-Reitoria – VRT,
Senhora Sônia Nair Bão.

Em resposta ao Memorando VRT nº 96/2013, de 28/06/2013, indicamos como Titular a servidora Cynthia Roncaglio, matrícula nº 1017110, Diretora do Centro de Documentação/UnB, e como Suplente, o servidor Eronides Guimarães Bezerra, matrícula nº 1051261, Arquivista, para comporem a comissão a ser nomeada pela Vice-Reitoria para propor a organização da área de comunicação, informação e memória na Universidade de Brasília.

Em, 02/07/2013.

Atenciosamente,


 Profª Dra. Cynthia Roncaglio
 Diretora do Centro de Documentação/CEDOC
 Matr. 1017110

* cynthia.roncaglio@gmail.com
Tel: 46276043.

* eronidesb@unb.br
Tel: 5107.5001/4331-539