

O lugar das ouvidorias no contexto interno das Universidades¹

Cleusa Maria Andrade Scroferneker²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS

Lisiane Saikoski Monteiro³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS

Luciana Buksztejn Gomes⁴

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS

Nicole Almeida Flores⁵

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS

Wagner Dias de Almeida⁶

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS

Resumo

As ouvidorias universitárias tradicionais e ressignificadas, sob nossa perspectiva constituem espaços de escuta e diálogo institucionalizados. Para além da indicação da ouvidoria no portal das Instituições de Educação Superior, entendemos que há outros espaços de ouvidoria que podem ser considerados, pois acolhem informações que possibilitam diferentes (re)leituras dos ambientes universitários e das relações que neles acontecem e circulam. Tal entendimento levou-nos a propor esse artigo, com um viés ensaístico, que tem como principal objetivo refletir, à luz das noções de lugar e não lugar de Marc Augé (2012) sobre o lugar da ouvidoria nas Universidades, principalmente por nos darmos conta que esse é ainda um tema pouco abordado, a partir da dimensão da ouvidoria no contexto interno dessas instituições.

Palavra-chave: Ouvidorias; Universidades; Espaços de escuta e diálogo; lugar e não-lugar.

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Pós-Doutorado e Doutorado em Ciências da Comunicação pela Escola Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Estudos Avançados em Comunicação Organizacional – GEACOR/CNPq. Bolsista PQ/CNPq 2 – 2024-2027. E-mail: scrofer@pucrs.br/cscrofer@gmail.com.

³ Assessora Corporativa de Compliance e Integridade da Rede Marista. Mestranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM/PUCRS. E-mail: lisiane.monteiro@edu.pucrs.br.

⁴ Procuradora Institucional e Coordenadora da CPA. Graduação em Direito pela PUCRS e em Relações Públicas pela UNISINOS, Mestrado e Doutorado em Comunicação pelo PPGCOM/ PUCRS. Professora convidada em cursos de especialização. E-mail: luciana.gomes@pucrs.br.

⁵ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAMECOS/PUCRS (PPGCOM-PUCRS) e graduada em Relações Públicas pela PUCRS. Atua como profissional de Relações Públicas em instituição de Ensino Superior. E-mail: nicole.flores95@edu.pucrs.br.

⁶ Tecnólogo em Comunicação Empresarial pela Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da mesma Instituição. E-mails: dias.wagner@edu.pucrs.br/wagner.dalmeida@gmail.com

O contexto que se apresenta...

Abordar o tema das ouvidorias e suas inúmeras possibilidades de compreensão e análise motivou esse texto. Para além da ouvidoria institucional que está disponível nos portais das instituições sejam federais, estaduais, privadas e/ou confessionais/filantrópicas e que assumem tradicionalmente o papel de ‘canal’⁷, optamos considerar outras dimensões das ouvidorias, no mais das vezes negligenciados pelas organizações educacionais: as ouvidorias no contexto interno.

O compliance⁸, as avaliações de disciplinas, encontros institucionais que demandam avaliações, por exemplo, são [ou necessitariam ser] espaços de escuta e de diálogo, ou seja, de ouvidorias, que a partir das informações obtidas, possibilitam identificar situações que necessitam intervenções para a elaboração de políticas internas e tomadas de decisão.

Essas ouvidorias, embora não institucionalizadas oficialmente estão e são pelas suas especificidades e objetivos abertas à escuta e diálogo, indo ao encontro da afirmação de Braga⁹ (2012, p.31) “[...] a comunicação está na escuta. “[...] Essa escuta não se limita ao recebimento de informações e ao trabalho interpretativo” (Braga, 2012, p.31). Para o referido autor “[...] a posição de fala já se constitui como uma relação de atenção para a escuta (possível), que se torna, assim, produtiva” (ibidem). Concordamos com o autor quando destaca que “[...] é da reverberação mútua entre escutas e falas, de parte a parte, que se alimentam os processos interacionais em sua produção de sentido” (Braga, 2012, p.31) e podem contribuir com a gestão universitária e da própria comunicação. No que se refere ao diálogo, concordamos com Oliveira (2018, p.59), que a partir das concepções de Marcondes Filho (2008) e Bohn (2005) afirma que o “diálogo pode ser compreendido, não como uma busca de consensos, mas como um espaço de construção e negociação” (Oliveira, 2018, p.59). Entendemos que a Ouvidoria no contexto interno das Universidades, assim como a Ouvidoria tradicional e ressignificada, se constitui nesse espaço em sua essência.

⁷ A expressão ‘canal’ à noção de cano, por onde a ‘comunicação escoar’. Trata-se de uma visão instrumental da comunicação.

⁸ O termo compliance, oriundo do inglês *to comply* e definido por Giovanini (2014) como o ato de cumprir, de satisfazer e/ou realizar uma ação imposta, é o cumprimento rigoroso das regras e das leis. Uma das exigências do Compliance é disponibilizar um ‘canal’ de denúncias que preserva o anonimato do denunciante.

⁹ No artigo Interação como contexto da Comunicação Braga (2012, p.25) “prossegue um debate entre o autor e Ciro Marcondes, sobre suas perspectivas a respeito de comunicação”, com aproximações e diferenças.

Iasbeck (2010, p. 18) já afirmava que “[...] o papel da ouvidoria não se resume ao cumprimento de questões meramente administrativas ou processuais. Mais do que articular informações, a ouvidoria produz e reproduz informações. Isso significa que ela é um lugar de produção de sentido, de transformação de informações em outras informações [...]”. Sob nossa perspectiva, as diferentes ouvidorias internas necessitam constituir-se efetivamente em um lugar na concepção de Augè (2012), ou seja, identitário, relacional e histórico nas IES. Ao negligenciar e/ou desconsiderar as ouvidorias no contexto interno das universidades nos permite afirmar que tais espaços, apesar da sua relevância, são em realidade não-lugares (Augè, 2012).

Entendemos que uma organização complexa, como a Universidade, ao recorrerem às experiências de escuta e de vivências de diálogos nas Ouvidorias, em suas diferentes modalidades, podem construir e/ou fortalecer os vínculos¹⁰ com seus públicos de interesse baseada na lógica relacional. Esse é um dos tantos desafios dessa proposta, do desvelamento dessas possibilidades para a Universidade, em relação a essas outras Ouvidorias.

Referências

AUGÉ, Marc. **Os Não-Lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Trad. MariaLúcia Pereira. 9ª edição, Campinas/SP: Papirus, 2012.
BOHN, David. **Diálogo**: comunicação e redes de convivências. Trad. Humberto Mariotti. São Paulo: Pala Athenas, 2005.

BRAGA, JL. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. A., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. *Mediação & mediação* [on-line]. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 29-52.

GIOVANINI, Walter. **Compliance** - A Excelência na prática. São Paulo: Editora, 2014.

IASBECK, Luiz Carlos. Ouvidoria é comunicação. **Revista Organicom**. Universidade de São Paulo: São Paulo. ANO 7 • Número 12 • 1º Sem. 2010. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/139045/134393>. Acesso em 21/06/2025.

¹⁰ Conforme Kramer e Faria (2007), os vínculos organizacionais denotam, de certa forma, a ligação entre o indivíduo e a organização, o envolvimento com seus projetos e objetivos, assim como o comprometimento com seus problemas, desafios, desempenho e resultados.

KRAMER, Gustavo Garcez e FARIA, José Henrique de. Vínculos organizacionais. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v41n1/06.pdf>. Acesso em 17/06/2025.

MARCONDES FILHO, C. **Para entender a comunicação: Contatos antecipados com a nova teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

OLIVEIRA, Rosângela Florczak. Novos sentidos para a comunicação estratégica no contexto das organizações: diálogo e produção de sentido. **Revista Organicom**. Universidade de São Paulo: São Paulo, Ano 15, Número 29, 2º sem. 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/15058>. Acesso em 10/06/2020.