



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS**

**RESOLUÇÃO - CONSUNI Nº 10/2019**

Estabelece a Política de Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG).

**O CONSELHO UNIVERSITÁRIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS**, no uso de suas atribuições legais, estatutárias e regimentais, reunido em sessão plenária realizada no dia 31 de maio de 2019, tendo em vista o que consta do processo nº 23070.016608/2019-46, e considerando:

- a) os artigos 220, 221 e 223 da Constituição da República Federativa do Brasil que tratam da Comunicação Social;
- b) o Estatuto, o Regimento e o Plano de Desenvolvimento Institucional da Universidade Federal de Goiás;
- c) que a UFG, como instituição pública, deve dar transparência aos atos administrativos e divulgar sua produção acadêmica, científica, extensionista e cultural e abrir-se ao diálogo com as comunidades em que atua e com a sociedade como um todo, buscando sempre aprimorar a interação com seus públicos interno e externo;
- d) que a divulgação científica promovida pelos veículos de comunicação ligados à UFG deve contemplar a socialização da ciência, da tecnologia e da inovação, produzidas pela comunidade universitária;
- e) que a palavra comunicação designa uma ação em comum, uma participação, um compartilhar de informações, experiências, um agir em e na comunidade;
- f) que o conceito de comunicação pública pressupõe o compromisso com a democracia, a construção da cidadania, o respeito aos direitos humanos, a pluralidade de ideias, a diversidade cultural, devendo constituir-se em prática pautada pelo diálogo, pela transparência pública, pelo interesse coletivo e pela liberdade e autonomia e, ainda, pela abertura de canais de participação efetiva da sociedade;
- g) que a comunicação institucional implica uma atuação voltada ao compartilhamento de objetivos da instituição com seus públicos, bem como a missão, visão e valores, de forma a contemplar a construção de uma identidade coerente com o seu papel social;
- h) que o conceito de comunicação interna remete a um conjunto de práticas permanentes de diálogo, o que implica ouvir e informar,

além de mobilizar, educar e manter a coesão interna, de forma a reconhecer e compartilhar diretrizes e princípios de uma dada organização, buscando contribuir para a construção de uma imagem institucional marcada pela credibilidade e responsabilidade social;

- i) que o conceito de cultura de comunicação, nesta Resolução, compreende um conjunto de valores, princípios e normativas institucionais que guiam as ações dos diversos públicos da Universidade.

## **RESOLVE :**

**Art. 1º** Criar a Política de Comunicação da Universidade Federal de Goiás.

### **CAPÍTULO I DO CONCEITO, PRINCÍPIOS E OBJETIVOS**

**Art. 2º** A Política de Comunicação da Universidade Federal de Goiás normatiza o planejamento, a execução e a avaliação de estratégias, ações, produtos e serviços de comunicação, por meio de um conjunto articulado de princípios e objetivos:

**Art. 3º** A Política de Comunicação da UFG apoia-se nos seguintes princípios:

- I- compromisso com a comunicação pública e cidadã;
- II- promoção de uma cultura de comunicação baseada na postura ética, na concepção democrática, na eficiência profissional e no diálogo permanente com os diversos públicos;
- III- promoção da comunicação como direito inalienável da sociedade, tendo como pressupostos fundamentais a responsabilidade social e o compromisso permanente com a integração e o bem-estar da comunidade universitária;
- IV- promoção da comunicação como uma responsabilidade e compromisso permanente de todos os membros da comunidade universitária;
- V- fortalecimento da identidade e da imagem institucional de forma a explicitar a importância e o papel social da Universidade Federal de Goiás;
- VI- promoção da cidadania e de inclusão na Universidade, considerando a diversidade social, cultural, étnica, religiosa, econômica e de orientação sexual;
- VII- compromisso com o acesso à informação de interesse coletivo, contribuindo para a prática da transparência pública, para a

socialização do conhecimento, para a difusão da cultura e para a democratização da comunicação;

- VIII- contribuição com políticas públicas voltadas para a área de comunicação;
- IX- valorização da comunicação como instrumento estratégico de gestão;
- X- postura ética na relação com a imprensa sem privilegiar um determinado veículo ou profissional em detrimento de outros.

**Art. 4º** A Política de Comunicação da UFG orienta-se pelos seguintes objetivos:

- I- integrar os diferentes organismos e setores de comunicação da Universidade;
- II- promover a articulação dos processos de comunicação com as demandas das atividades administrativas e acadêmicas relativas ao ensino, pesquisa, extensão, empreendedorismo, inovação e acessibilidade;
- III- desenvolver ações de comunicação que se articulem com as demais políticas institucionais da Universidade;
- IV- promover a visibilidade da produção acadêmica, científica, de extensão, cultura e inovação da Universidade;
- V- promover a troca de informações e experiências, o trabalho integrado, a interlocução entre as ações e os setores de comunicação da Universidade visando explicitar a importância e o papel da Universidade para o desenvolvimento da sociedade.

## **CAPÍTULO II DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA UFG**

**Art. 5º** A Política de Comunicação é coordenada pela Secretaria de Comunicação - Secom/UFG.

**Parágrafo único.** São atribuições da Secom:

- I- planejar, coordenar e desenvolver produtos, serviços e ações estratégicas em sua área de atuação;
- II- realizar pesquisas de comunicação no âmbito da Universidade;
- III- normatizar ações de comunicação no âmbito da UFG;
- IV- zelar pelo cumprimento da Política de Comunicação;
- V- promover ações de capacitação em comunicação;
- VI- assessorar a elaboração dos planos de comunicação das unidades acadêmicas, unidades acadêmicas especiais e órgãos executivos da UFG.

**Art. 6º** A estrutura de comunicação da UFG compreende ainda as assessorias de comunicação, concessões de radiodifusão ligadas à UFG, dentre outras e é apoiada pela Faculdade de Informação e Comunicação - FIC nos aspectos que envolvam formação, pesquisa e extensão relacionados à comunicação.

**Parágrafo único.** A estrutura de comunicação da UFG atua em conjunto com áreas afins, tais como gestão e tecnologia da informação, memória e acervo, produção gráfica e audiovisual, acessibilidade, sustentabilidade, economia criativa, dentre outras, para consecução dos princípios e objetivos desta política.

### **CAPÍTULO III DO CONSELHO DE COMUNICAÇÃO**

**Art. 7º** Compete ao Conselho de Comunicação elaborar diagnóstico, monitorar, avaliar e recomendar ações referentes à Política de Comunicação da UFG.

**Art. 8º** O Conselho de Comunicação da UFG será nomeado pelo Reitor e composto pelos seguintes membros:

- I- Secretário(a) de Comunicação;
- II- Secretário(a) de Tecnologia e Informação ou representante;
- III- Diretor(a) da Faculdade de Informação e Comunicação ou representante;
- IV- Diretor(a) da Rádio Universitária ou representante;
- V- Diretor(a) executivo(a) da Fundação RTVE ou representante;
- VI- Um(a) diretor(a) de unidade acadêmica, unidade acadêmica especial ou órgão, indicado pelo Consuni;
- VII- Um(a) representante dos(as) servidores técnico-administrativos indicado (a) pelo Consuni;
- VIII- Um(a) representante dos(as) estudantes indicado(a) pelo Consuni;
- IX- Um(a) representante dos(as) docentes indicado(a) pelo Consuni.

**Art. 9º** O Conselho de Comunicação reunir-se-á ordinariamente uma vez por semestre e, extraordinariamente, sempre que convocado.

### **CAPÍTULO III DOS AGENTES DE COMUNICAÇÃO**

**Art. 10.** Para a concretização de uma comunicação interna eficiente serão definidos agentes de comunicação nos locais de trabalho, que serão servidores docentes ou técnico-administrativos responsáveis por estabelecer o contato direto dos locais com a área de comunicação da Universidade.

§ 1º Os agentes de comunicação serão capacitados pelos profissionais da Secom para contribuírem com a organização das rotinas de comunicação em seus locais de trabalho.

§ 2º Os agentes de comunicação serão responsáveis por intermediar o relacionamento entre o local de trabalho e a Secom para orientar o desenvolvimento de ações como criação de materiais gráficos, promoção de eventos, criação e atualização dos sites institucionais e redes sociais, divulgação interna e externa, organização de murais, desenvolvimento de ações de integração, dentre outras.

## **CAPÍTULO IV DOS PÚBLICOS**

**Art. 11.** Para execução de ações, produtos e serviços de comunicação, a UFG deverá considerar as peculiaridades dos públicos, classificados como internos, externos e mistos.

§ 1º Os públicos internos abrangem as pessoas que possuem uma relação direta com a Universidade, interagindo de forma permanente com suas estruturas organizacionais, a exemplo de discentes, servidores docentes, técnico-administrativos e terceirizados.

§ 2º Os públicos externos são compostos pelas pessoas que não possuem uma relação de vínculo corporativo com a instituição, mas interagem, direta ou indiretamente, com a Universidade, a exemplo da imprensa externa, comunidade acadêmica e científica de outras instituições, entidades de classe, potenciais alunos e familiares, instituições de ensino básico, familiares de estudantes e servidores, instituições parceiras, empresas e setores produtivos, terceiro setor, movimentos sociais, agências de fomento, poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, Ministério Público, órgãos de controle e fiscalização, fornecedores, sociedade em geral.

§ 3º Os públicos mistos, que reúnem características comuns de ambos os segmentos (interno e externo), a exemplo de entidades estudantis e de servidores da UFG, fundações, aposentados, egressos, voluntários, comunidade atendida por serviços, prestadores de serviços, empresas incubadas.

## **CAPÍTULO V DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DA UFG**

**Art. 12.** Os veículos de comunicação ligados à UFG, sejam eles impressos, digitais, audiovisuais ou de radiodifusão, são responsáveis por:

- I- promover a divulgação prioritária da ciência, da tecnologia, da inovação, das artes, da cultura, com ênfase na atuação da UFG
- II- fortalecer uma imagem positiva da UFG junto à sociedade;
- III- produzir conteúdo e informação com ênfase em educação, cultura, cidadania, meioambiente;
- IV- manter acervo e memória dos conteúdos produzidos por tempo indeterminado, observando as normas institucionais estabelecidas;
- V- pautar-se pelo interesse público na divulgação das ações da UFG, de forma a ampliar a visibilidade e a transparência da Instituição junto à sociedade;
- VI- respeitar e valorizar os direitos humanos, a diversidade e a justiça social.

**Art. 13.** A Secom é responsável por criar, manter, operar e monitorar os veículos próprios de divulgação institucional da UFG.

§ 1º São veículos de divulgação institucional da UFG: o Jornal UFG, o

Portal UFG, as redes sociais UFG, dentre outros que vierem a ser criados.

§ 2º Os veículos da Secom devem priorizar os conteúdos e eventos da UFG e seus públicos internos.

**Art. 14.** São veículos de radiodifusão ligados à UFG, a Rádio Universitária, a TV UFG, dentre outros que vierem a ser implementados.

§ 1º A Rádio Universitária é um órgão da Universidade Federal de Goiás e, por tratar-se de concessão de radiodifusão pública, também deve atuar como veículo de expressão da sociedade.

§ 2º A TV UFG é ligada à UFG por meio de termo de cooperação com a Fundação Rádio e Televisão Educativa e Cultural - RTVE e trata-se de concessão de radiodifusão pública, tendo como dever atuar, também, como veículo de expressão da sociedade.

**Art. 15.** Os veículos de radiodifusão ligados à UFG têm sua atuação guiada por esta Política de Comunicação e pelas seguintes leis:

- I- a Lei Federal nº 4.117, de 1962 - Código Brasileiro de Telecomunicações, e o Decreto nº 52.795, de 1963, que regulamentam os serviços de radiodifusão no Brasil;
- II- a Lei Federal nº 11.652, de 2008, alterada pela Lei Federal nº 13.417/2017, que estabelece os princípios e objetivos da radiodifusão pública e define, como instrumentos de garantia de participação e controle da sociedade, a existência de Ouvidoria e de Comitê Editorial e de Programação.

**Art. 16.** A proposta de criação ou extinção de veículos de comunicação da UFG deve ser debatida e analisada pelos gestores institucionais, em conjunto com a Secom.

**Parágrafo único.** Os veículos institucionais criados e mantidos por organismos executivos da Universidade, tais como sites, redes sociais, murais, dentre outros, que utilizarem o nome ou a marca UFG, devem seguir esta Política de Comunicação e as normas estabelecidas pela Secom.

**Art. 17.** Os veículos de comunicação da UFG constituem campos de estágio e laboratórios para os discentes da UFG e de instituições parceiras.

## **CAPÍTULO VI DA IDENTIDADE VISUAL**

**Art. 18.** É obrigatório o uso da marca oficial nos veículos de comunicação da UFG, nos materiais gráficos e nos ambientes de realização de eventos da instituição.

**Art. 19.** A aplicação da marca deve seguir rigorosamente os padrões

previstos no Manual de Uso da Marca UFG.

**Art. 20.** É obrigatório o uso de assinatura institucional pelos organismos executivos da UFG.

**Art. 21.** É exigida a inserção da marca oficial da UFG em todas as ações nas quais a instituição participe como promotora ou parceira e nos casos em que professores, técnicos-administrativos e estudantes estejam em missão institucional.

## **CAPÍTULO VII DOS EVENTOS DA UFG**

**Art. 22.** Os eventos realizados pela UFG são classificados em protocolares, científicos, culturais e de extensão, sendo:

- I- eventos protocolares: as posses de reitores e diretores, as inaugurações, as concessões de títulos honoríficos, as colações de grau, a formalização de parcerias que tenham por finalidade dar publicidade aos atos institucionais e o fortalecimento do vínculo de públicos específicos com a instituição;
- II- eventos científicos: congressos, seminários, semanas acadêmicas e palestras, dentre outros, que tenham por finalidade a divulgação e socialização do conhecimento científico entre estudantes, professores, pesquisadores de outras instituições e o público em geral;
- III- eventos culturais: shows, apresentações musicais, teatrais, de dança e poesia, dentre outros, que contribuam para a área de cultura;
- IV- Eventos de extensão: cursos, seminários, treinamentos, ações, dentre outros, que tenham por finalidade socializar o conhecimento e estreitar a relação da universidade com a sociedade, promovendo a troca de saberes por meio de experiências práticas.

§ 1º A realização de eventos na UFG deve respeitar a Resolução CONSUNI N° 40/2017, que dispõe sobre a regulamentação do uso de espaços da UFG para a realização de atividades festivas, de lazer, culturais e eventos de grande porte.

§ 2º Os eventos protocolares e as cerimônias de abertura, que possuam autoridades, devem seguir o Decreto Presidencial nº 70.274, de 9 de Março de 1972, que regulamenta a ordem geral de precedência entre as autoridades.

§ 3º Os procedimentos para as cerimônias de Colação de Grau da UFG são regulamentados por meio de resolução específica.

## **CAPÍTULO VIII DO PORTAL, SITES E REDES SOCIAIS DA UFG**

**Art. 23.** Para interação com seus públicos internos e externos e visibilidade de ações e dados institucionais, a Secom manterá o Portal UFG, sites e redes

sociais oficiais.

**Art. 24.** A criação de novos sites da UFG ocorrerá mediante autorização da Secretaria de Tecnologia e Informação - SeTI e da Secom.

**Art. 25.** O conteúdo e a atualização dos demais sites institucionais são de responsabilidade da direção das respectivas estruturas executivas da UFG, que devem seguir esta Política de Comunicação e as normas estabelecidas pela Secom e SeTi.

§ 1º Os sites da UFG devem, obrigatoriamente, conter as seguintes informações atualizadas: equipe, departamentos, contatos, serviços, documentos oficiais e canais de comunicação com os públicos, sendo que, especificamente nas unidades acadêmicas e unidades acadêmicas especiais, também é obrigatório constar informações sobre ensino (graduação e pós- graduação), pesquisa, extensão e inovação.

§ 2º Caso os sites não cumpram os requisitos desta política e demais normativas estabelecidas pela Secom e SeTi, serão suspensos e/ou retirados do ar.

**Art. 26.** A criação de perfis e páginas institucionais em redes sociais deve seguir os objetivos institucionais da UFG e ser comunicada à Secom para cadastro e monitoramento, como forma de evitar o crescimento não planejado e desordenado de espaços institucionais que possam gerar danos à imagem e crises.

§ 1º Todos os perfis e páginas em redes sociais que utilizem o nome/marca UFG devem ter planejamento, contendo objetivos, plano de conteúdo, formas de interação e monitoramento e definição de um responsável pela gestão do canal.

§ 2º Os servidores docentes e técnico-administrativos que identificarem o vínculo com a UFG em seus perfis pessoais devem observar o Decreto nº 1.171/1994 – Código de Ética Profissional dos Servidores Públicos.

**Art. 27.** O uso do e-mail institucional, nome@ufg.br, é obrigatório.

## **CAPÍTULO IX DOS MURAIIS INSTITUCIONAIS**

**Art. 28.** Para divulgação de campanhas, eventos, estágios, editais, dentre outros assuntos de interesse da comunidade universitária, a UFG disponibiliza murais institucionais, em formato impresso ou digital.

**Art. 29.** Quanto ao conteúdo dos murais institucionais:

- I- Não será permitido conteúdo calunioso, difamatório, racista, homofóbico, sexista, de incitação à violência ou a qualquer ilegalidade, ou que desrespeite a privacidade alheia;
- II- Não serão permitidos assuntos que façam apologia religiosa, militar, partidária e de promoção pessoal.

**Art. 30.** Em ambientes internos, a responsabilidade por disponibilizar,



gerir e manter murais é da direção do organismo executivo da Universidade, no qual esteja afixado o mural.

**Art. 31.** Em ambientes externos, a responsabilidade por disponibilizar, gerir e manter murais é da Secretaria de Infraestrutura - Seinfra e da Secom.

## **CAPÍTULO XI DO PLANEJAMENTO E DOS PLANOS DE COMUNICAÇÃO**

**Art. 32.** O planejamento estratégico de comunicação da UFG deverá ser desenvolvido, anualmente, pela Secretaria de Comunicação.

**Art. 33.** Os planos de comunicação das unidades acadêmicas, unidades acadêmicas especiais ou órgãos executivos da UFG devem ser elaborados a partir dos princípios e objetivos desta Política, das orientações e do planejamento de comunicação da UFG.

**Art. 34.** Projetos de ensino, pesquisa, extensão, cultura e inovação deverão, sempre que possível, destinar recursos humanos, materiais e financeiros para elaboração e difusão de produtos e serviços de comunicação, com vistas a divulgar os resultados alcançados pelos mesmos, democratizar o conhecimento produzido na universidade e ampliar o diálogo com a sociedade.

## **CAPÍTULO XII DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**Art. 35.** Os casos omissos serão submetidos à apreciação do Conselho de Comunicação da UFG.

**Art. 36.** Esta resolução entra em vigor nesta data.

Goiânia, 31 de maio de 2019.

Prof. Edward Madureira Brasil  
- Reitor -