

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

RESOLUÇÃO Nº 2, DE 12 DE ABRIL DE 2024

Estabelece a Política de Comunicação da
Universidade Federal de Pernambuco.

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Art. 20, I e XI do Estatuto, e

CONSIDERANDO:

- a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, que dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995;

- a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações;

- a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, que aprovou a Lei de Acesso à Informação, regulamentando o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal;

- a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, que aprovou o Marco Civil da Internet, estabelecendo princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil;

- o Decreto nº 53.263, de 13 de dezembro de 1963, que estabeleceu o Regulamento sobre o registro de Jornalismo Profissional;

- o Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, que estabeleceu o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão;

- o Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista; e

- o Decreto nº 591, de 6 de julho de 1992, que estabeleceu o Pacto Internacional sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais.

RESOLVE:

CAPÍTULO I

DOS CONCEITOS NORTEADORES DE COMUNICAÇÃO E COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Art. 1º Estabelecer a Política de Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco.

Parágrafo único. A Política de Comunicação da Universidade dispõe sobre princípios e diretrizes para orientar procedimentos de comunicação institucional, comunicação pública e o relacionamento com os diferentes públicos da Universidade Federal de Pernambuco.

Art. 2º A Política de Comunicação da UFPE assume como princípio ético a compreensão do conceito de comunicação nas seguintes dimensões:

I - comunicação como direito humano fundamental inerente a todas as pessoas, onde comunicar não é ato exclusivo ou restrito, nem tampouco submetido a relações sociais hierárquicas;

II - comunicação enquanto técnica desempenhada por comunicadores em uma perspectiva profissional, reconhecendo que existem procedimentos e métodos a serem seguidos e respeitados no processo de produção de comunicação, especialmente em âmbito institucional;

III - comunicação pública enquanto comunicação que atende ao interesse coletivo para fortalecimento da cidadania visando proporcionar amplo acesso à informação ao cidadão, com linguagem acessível e simples, cujo exercício só pode ser desempenhado com transparência e mecanismos de escuta e de participação ativa da sociedade civil organizada; e

IV - comunicação de estado, que trata do interesse administrativo e de gestão em sua prestação de contas e estímulo de participação cidadã no debate público que diz respeito às ações no campo político, econômico e social da instituição, sendo esta distinta da que comunica a rotina da instituição no sentido mais amplo.

§ 1º A Universidade Federal de Pernambuco reconhece que todos/as aqueles/as que fazem parte de sua comunidade - docentes, técnico-administrativos, discentes e colaboradores/as - devem fazer uso do nome da instituição, de seus setores e identidade visual, sempre cientes da responsabilidade social que compete a todos/as, visando ao convívio e ao respeito mútuo.

§ 2º Em todas essas dimensões, a Universidade Federal de Pernambuco adota o interesse público e os valores da comunicação pública como princípios fundamentais e norteadores.

§ 3º O jornalismo institucional tem como eixo principal de atuação a abordagem dos assuntos institucionais abrangendo o público interno e externo da Universidade, sempre observando os critérios e princípios norteadores desta Política de Comunicação.

CAPÍTULO II

DIRETRIZES DA COMUNICAÇÃO

Art. 3º São diretrizes da Política de Comunicação da UFPE:

I - informar à sociedade e à comunidade acadêmica sobre ações de ensino, pesquisa, extensão, inovação e gestão realizadas pela UFPE;

II - promover boas práticas de valorização dos/as agentes envolvidos/as, assim como dos próprios processos de comunicação em âmbito público e institucional;

III - promover a transparência dos processos administrativos de gestão em consonância com o interesse público e como instrumento de fortalecimento da Universidade e da comunicação pública;

IV - articular processos de comunicação com as unidades administrativas e acadêmicas da instituição, no sentido de capacitar o conjunto gestor em práticas de boa comunicação com suas respectivas unidades;

V - planejar e investir no uso de novas tecnologias de comunicação e de informação para promover convergência de conteúdos e mídias, ampliando as possibilidades de participação pública, escuta da sociedade e promoção do interesse público e institucional;

VI - avaliar de forma sistemática os processos de comunicação, quantificando e qualificando resultados, no sentido de subsidiar o melhor planejamento institucional da UFPE;

VII - promover a descentralização da produção e difusão de conteúdos de forma coordenada e supervisionada pela unidade de gestão da comunicação institucional;

VIII - estruturar modelos de referência para elaboração de planos e projetos, no que diz respeito à comunicação, no ambiente da UFPE e por toda sua comunidade;

IX - fomentar o desenvolvimento de novos produtos e serviços de comunicação de base tecnológica e em caráter experimental com vistas a sua aplicação futura e em escala dentro da instituição; e

X - coordenar o desenvolvimento de inovações em comunicação com o apoio da administração central e das unidades responsáveis pela tecnologia da informação na UFPE.

Art. 4º São princípios fundamentais da comunicação da UFPE:

I - ética;

II - respeito à cidadania;

III - respeito à diversidade étnica, racial, religiosa e de gênero;

IV - pluralismo das ideias, sem qualquer forma de discriminação;

V - liberdade de manifestação do pensamento e de expressão;

VI - integral liberdade de informar, de forma responsável, à sociedade e à instituição;

VII - estímulo constante à educação, à arte, à cultura e à informação;

VIII - divulgação das áreas de ensino, pesquisa, extensão, gestão e inovação;

IX - promoção e divulgação de ações de interiorização, com ênfase no estado de Pernambuco;

X - estímulo à autonomia da produção de comunicação independente para veiculação em canais de comunicação pública do Núcleo de TV e Rádios Universitárias;

XI - proteção das manifestações culturais populares, especialmente a memória dos grupos formadores da sociedade pernambucana e seus modos de criar, fazer e viver, mediante usos, costumes e tradições;

XII - proteção do meio ambiente e da qualidade de vida; e

XIII - coexistência entre os sistemas de radiodifusão sonora e de sons e imagens, sob a diretriz da complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal, conforme art. 223 da Constituição Federal.

CAPÍTULO III

DA GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

Art. 5º A gestão da comunicação da UFPE é de responsabilidade da Superintendência de Comunicação, vinculada ao Gabinete do Reitor.

§ 1º Cabe a esta unidade planejar, coordenar, supervisionar e conduzir a execução de tarefas relativas à área, atuando de forma contínua nos **campi**.

§ 2º O trabalho de comunicação, uma vez descentralizado por unidades próprias, deve ser conduzido de forma orientada por esta unidade.

Art. 6º É de responsabilidade da Superintendência de Comunicação a gestão e administração dos canais de comunicação da UFPE, do portal institucional, dos perfis em redes sociais digitais, podendo atribuir atividades específicas para as diretorias e coordenações que formam seu organograma, sempre de forma sistêmica e orientada.

Parágrafo único. A criação de novos canais de comunicação, sejam páginas internas do portal ou perfis em redes sociais digitais, ligados a unidades administrativas e acadêmicas presentes no regimento da UFPE, assim como o eventual encerramento, devem ocorrer com a ciência da Superintendência de Comunicação.

Art. 7º Cabe à gestão central da UFPE apoiar, acompanhar e promover o trabalho da comunicação como parte estratégica e essencial para o desenvolvimento institucional, assim como assegurar que esta política, construída de forma coletiva, seja cumprida e respeitada.

Art. 8º A comunicação da UFPE conta com equipes de profissionais, servidores públicos, para produzir conteúdo de forma compreensível e consistente, observando as características dos diferentes públicos que formam a comunidade.

Parágrafo único. A equipe referida no **caput** deve ser formada por pessoas que têm a transparência, o respeito à diversidade e a dignidade da pessoa humana como preceitos éticos fundamentais e imprescindíveis.

Art. 9º A comunicação de informações institucionais da UFPE, de todas as unidades administrativas e acadêmicas presentes em seu organograma, deve ser realizada preferencialmente por servidores com formação na área, ligados à área de comunicação, nos cargos de jornalista, radialista, publicitário, relações públicas, desenhista de artes gráficas, programador visual, técnico em artes gráficas, produtor cultural, dentre outros previstos no Plano de Cargos e Carreira.

Parágrafo único. Caso a unidade contrate serviços terceirizados de comunicação, os profissionais também deverão atender este mesmo perfil, ter acesso à Política de Comunicação e manter contato com a Superintendência de Comunicação.

Art. 10. Toda unidade que dispõe de profissionais de comunicação devem encaminhar os mesmos para formação, com base nesta política para apreciação dos procedimentos e regras para apuração, produção e publicação de conteúdos nos canais da instituição.

CAPÍTULO IV

DO PÚBLICO A QUE TRATA ESTA POLÍTICA

Art. 11. O público alvo da comunicação da UFPE está disposto da seguinte forma:

I - público interno: estudantes, servidores/as docentes e técnico-administrativos, nos termos do Estatuto e Regimento Geral da Universidade; e

II - público externo: pessoas físicas, jurídicas e entidades da sociedade civil que mantém relação ou que possuam interesse em se relacionar com a Universidade, nos termos dos seus princípios e finalidades conforme disposto no seu Estatuto e Regimento Geral.

CAPÍTULO V

DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA UNIVERSIDADE

Art. 12. O Portal UFPE, disponível no endereço eletrônico www.ufpe.br é o canal de comunicação oficial para informações do público interno e externo à instituição.

§ 1º Toda informação no Portal UFPE deve ser validada sempre por fontes institucionais, gestoras e responsáveis pela execução das ações administrativas e acadêmicas.

§ 2º As informações registradas no Portal da UFPE podem ser reproduzidas em redes sociais digitais, desde que atendam ao critério de a informação oficial constar no portal da Universidade, como forma de garantir propriedade da informação e acesso amplo.

§ 3º A UFPE pode optar por comunicados em mídia impressa, sonora e audiovisual, de forma esporádica e espontânea, que apresentem informações que possam ser encontradas de forma permanente e contínua no portal institucional.

Art. 13. Considerando o princípio da impessoalidade da administração pública, os canais de comunicação não devem ser utilizados para promoção de personalidade ou de conteúdo de interesse particular, mas exclusivamente para divulgação do interesse público, institucional e de gestão.

§ 1º Na UFPE, as competências são inerentes às unidades administrativas e acadêmicas e não aos ocupantes de função.

§ 2º Fica excetuada a comunicação referente a projetos de ensino, pesquisa, extensão e inovação atribuídos ao corpo docente, técnico e discente, assim como a divulgação científica de resultados e/ou premiações obtidas a partir de experiências no âmbito da Universidade.

Art. 14. A unidade de comunicação não produz ofícios, memorandos, processos e demais documentos que tratam da gestão administrativa e comunicação interna entre gestores e suas equipes, nas atribuições de suas competências regimentais.

Parágrafo único. A Superintendência de Comunicação se responsabiliza pela reprodução, nos canais de comunicação da Universidade, dos ofícios expedidos pelo Gabinete do Reitor para informes à comunidade universitária.

Art. 15. Os canais de comunicação da UFPE têm por atribuição principal difundir informações sobre ensino, pesquisa, extensão, gestão e inovação, assim como ciência, tecnologia, artes e cultura.

Parágrafo único. Todas as informações devem ter um vínculo formal com a instituição, seja através de registros com as devidas pró-reitorias ou demais instâncias acadêmicas e administrativas.

Art. 16. Compreendendo a amplitude e alcance dos canais de comunicação da UFPE, não cabe a eles a divulgação de informes de interesse administrativo interno ou de rotina administrativa ou acadêmica dos cursos.

Art. 17. As unidades de tecnologia de informação da UFPE devem contribuir para a boa manutenção técnica dos canais de comunicação, considerando sua representatividade em termos de acervo da memória institucional.

CAPÍTULO VI

DO PAPEL DA UNIVERSIDADE NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Art. 18. A Universidade Federal de Pernambuco atua na Comunicação Pública a partir do Núcleo de Televisão e Rádios Universitárias (NTVRU), tanto pelas emissoras coordenadas como no conteúdo produzido em rede, de forma difusa e em formato digital por sua equipe.

Parágrafo único. Os princípios da comunicação pública não se resumem apenas ao NTVRU e também se aplicam à toda comunicação institucional da UFPE.

Art. 19. O NTVRU é composto pelos seguintes veículos de comunicação:

I - TV Universitária: emissora televisão de caráter público com programação aberta transmitida pelo canal aberto;

II - Rádio Universitária em Frequência Modulada (FM): emissora de rádio de caráter público;

III - Rádio Universitária Paulo Freire: emissora de rádio pública com caráter de rádio-escola, programação transmitida em Frequência Modulada com estrutura organizacional específica e setorial em relação ao NTVRU, sob a gestão pedagógica do Departamento de Comunicação Social da UFPE (Campus Recife), de acordo com a Resolução nº 02/2018, do Conselho de Administração da UFPE.

Art. 20. O NTVRU possui natureza pública, estando comprometido com os três pilares fundamentais que norteiam as atividades acadêmico-científicas no espaço universitário: o ensino, a pesquisa e a extensão.

Parágrafo único. A UFPE estará presente na programação de acordo com os critérios de noticiabilidade e de liberdade editorial do Núcleo.

Art. 21. O NTVRU deve estruturar, a partir de normativas internas, a formação de comissões e conselhos para promover debates e reflexões acerca do conteúdo e do papel de emissoras públicas de comunicação.

Art. 22. O NTVRU segue os princípios da comunicação pública, da legislação vigente, da democracia e das múltiplas dimensões dos direitos humanos, direitos civis, políticos, sociais, econômicos e culturais, com ênfase na promoção da participação social e de todas as formas de igualdade; no respeito das liberdades religiosa, de pensamento e expressão; no pluralismo de ideias e na diversidade étnico-racial, de gênero e orientação afetiva-sexual; na garantia da laicidade e do apartidarismo, com independência e autonomia em relação a governos e mercado, conforme a Constituição Federal de 1988.

Art. 23. O NTVRU deve observar a multisetorialidade de sua atuação, promovendo a participação junto a sociedade e buscando contribuir positivamente através de suas emissoras nos setores econômicos e sociais à nível nacional, regional e local nas seguintes áreas:

I - audiovisual, suas políticas públicas e cadeias econômicas;

II - cultura, suas políticas públicas e cadeias econômicas;

III - comunicação, nos setores de comunicação pública, de comunicação educativa e de comunicação universitária cumulativamente;

IV - economia criativa e inovação tecnológica, nas áreas de produção criativa, tecnologia, convergência e propriedade intelectual, entre outros.

Parágrafo único. A Universidade Federal de Pernambuco incluirá o NTVRU como parte ou participante dos sistemas e articulações institucionais das áreas citadas para que possa contribuir com sua especialidade na promoção de programas, projetos e ações de interesse social, prevendo os meios para sua efetiva atuação.

Art. 24. A missão do NTVRU é planejar, produzir, veicular, exibir e difundir conteúdo midiático de interesse público, por meio de canais abertos de comunicação, contribuindo com a cultura, o conhecimento, a informação e o serviço, incluindo a formação e capacitação nas áreas afins, para a afirmação da cidadania e fortalecimento do Sistema Público de Comunicação e das políticas públicas de cultura e comunicação no Brasil.

Art. 25. A visão do NTVRU é ser referência em Comunicação Pública, com excelência na criação, produção e transmissão de conteúdos midiáticos.

Art. 26. Os objetivos do NTVRU são:

I - oferecer conteúdos plurais e qualificados que estimulem a formação de espírito crítico;

II - planejar e produzir variedade de formatos e gêneros que procurem ampliar a capacidade de reflexão de indivíduos e grupos sociais em prol da coletividade;

III - viabilizar a formação profissional nas áreas de conhecimento envolvidas em sua atuação, apoiando práticas de ensino, pesquisa e extensão;

IV - promover a democratização da comunicação;

V - realizar a divulgação do conhecimento científico;

VI - estimular a pesquisa, inovação e experimentação em conteúdo, técnicas e tecnologias;

VII - contribuir para a proteção do patrimônio material e imaterial, regional e nacional; e

VIII - estabelecer parcerias com emissoras públicas de rádio e televisão (universitárias, educativas e comunitárias); movimentos sociais e produtores independentes; órgãos, entidades e instituições de Estado e da sociedade civil, respeitando os princípios da Comunicação Pública.

CAPÍTULO VII

DO CONSELHO CURADOR DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Art. 27. A UFPE constituirá um Conselho Curador de natureza consultiva, avaliativa e deliberativa para as ações de fortalecimento e consolidação desta Política de Comunicação.

Art. 28. O Conselho Curador tem como objetivos e atribuições:

I - aprovar, anualmente, o plano de trabalho do NTVRU, no qual são definidas a inclusão de programas novos, a manutenção ou não de programas antigos, além das estratégias para a programação de todos os seus veículos, buscando sempre mantê-los alinhados às diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas desta Política de Comunicação;

II - avaliar, com frequência mínima anual, a programação das emissoras do NTVRU;

III - recomendar temas e assuntos de interesse público a serem abordados em conteúdos realizados pelos veículos do NTVRU;

IV - zelar pelo cumprimento dos princípios e objetivos do NTVRU;

V - opinar sobre matérias relacionadas ao cumprimento dos princípios e objetivos do NTVRU, na forma de recomendações, pareceres, notas técnicas ou relatorias; e

VI - convidar a Diretoria do NTVRU para dirimir dúvidas e apresentar informações relativas ao cumprimento dos princípios e objetivos do Núcleo.

Art. 29. O Conselho Curador deve sempre atender uma distribuição paritária entre a Universidade e a sociedade civil organizada, composto por 12 (doze) integrantes titulares e seus respectivos suplentes, assim dispostos:

I - 6 (seis) membros titulares e respectivos membros suplentes representantes da UFPE, escolhidos através de processo eleitoral interno:

a) representante do corpo docente da UFPE;

b) representante do corpo técnico-administrativo da UFPE;

c) representante dos estudantes;

d) representante do corpo técnico da NTVRU;

e) representante docente e/ou técnico do Centro Acadêmico do Agreste; e

f) representante docente e/ou técnico do Centro Acadêmico da Vitória.

II - 6 (seis) membros titulares e respectivos suplentes representantes de organizações da sociedade civil, sem fins lucrativos, com atividades que atendem o interesse público, legalmente constituídas e formadas pelo livre interesse e associação dos indivíduos, escolhidos através de processo eleitoral público.

Parágrafo único. O processo de eleição de representantes da sociedade civil, assim como especificidades do mandato, posse, reuniões e encaminhamentos do Conselho Curador serão definidos por portaria normativa do Reitor.

CAPÍTULO VIII

SOBRE A IDENTIDADE VISUAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

Art. 30. A marca da UFPE é o brasão, com as especificações contidas em seu manual de identidade visual, disponível para toda comunidade acadêmica.

Art. 31. Todos os canais de comunicação institucional da UFPE devem contar, obrigatoriamente, com o brasão da instituição.

Art. 32. A aplicação de marca da UFPE deve sempre atender a ordem especificada no Manual de Identidade que consta no seu portal.

Art. 33. É obrigatório o uso da marca da UFPE em todas as ações nas quais a instituição participe como promotora ou parceira.

Art. 34. Os responsáveis pelo uso indevido da marca oficial da UFPE poderão sofrer sanções e penalidades previstas em Lei.

Art. 35. A Diretoria de Comunicação deve produzir e disponibilizar documentos normatizadores de amplo acesso sobre o uso da marca da UFPE.

CAPÍTULO IX

DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS DA UNIVERSIDADE

Art. 36. Redes sociais digitais são agrupamentos sócio-técnicos entre usuários mediados pela **internet** em **softwares** sociais, caracterizadas pelo compartilhamento de informações, produção e difusão de conteúdo, além e pela possibilidade de diálogo entre esses usuários, exigindo atenção permanente da unidade de comunicação.

§ 1º Na UFPE, a Superintendência de Comunicação é responsável pela organização e atribuição de atividades em redes sociais digitais que levam o nome da instituição nas unidades administrativas e acadêmicas da Universidade.

§ 2º Cabe à Superintendência de Comunicação propor e disponibilizar documentos normatizadores de identificação de perfis em redes sociais institucionais oficiais referentes às unidades administrativas e acadêmicas constantes no regimento da Universidade.

Art. 37. Todo perfil em rede social deve ter a finalidade de produzir comunicação de interesse do público interno e externo, considerando o acesso livre do conteúdo.

§ 1º Para criação de novo perfil em rede social é necessário avaliar a existência de outro canal institucional que cumpra com a finalidade, evitando a duplicação de meios para os mesmos fins, assim como se há estrutura técnica e de pessoal suficientes para dedicação às atividades, nos termos desta Política.

§ 2º A criação de perfis e contas que levam o nome da instituição devem atender aos seguintes procedimentos:

I - elaboração, submissão e aprovação de Plano de Comunicação pela Superintendência de Comunicação para o uso da plataforma dentro da unidade;

II - adequação às regras de identidade visual que constam no manual institucional oficial;

III - fornecimento de dados de acesso ao perfil, assim como o contato institucional dos responsáveis pelo gerenciamento do perfil para atuação exclusiva em casos de gestão de crises ou quando de mudança de equipe da unidade; e

IV - comprometimento de atualização da página oficial da UFPE com as informações essenciais, garantindo a memória institucional do trabalho realizado na Universidade.

Art. 38. Todo conteúdo produzido em redes sociais, nos formatos de textos, imagens, áudio ou vídeo deve conter linguagem que garanta a compreensão, acessibilidade, inteligibilidade e perceptibilidade, bem como garantir os princípios éticos, legais e de dignidade humana.

Parágrafo único. As imagens oriundas de bancos de imagens, gratuitos ou pagos, devem refletir a diversidade afetiva-sexual, de gênero, racial, étnica e religiosa que caracteriza a Universidade.

Art. 39. As unidades que criam e mantêm perfis em redes sociais identificados como institucionais devem realizar atividade de monitoramento e produção de relatórios periódicos, constando avaliação das estratégias usadas, que devem ser entregues à Superintendência de Comunicação.

Art. 40. A Superintendência de Comunicação pode solicitar a exclusão de perfis em redes sociais que usem o nome de unidades administrativas da Universidade Federal de Pernambuco e que não estejam adequados a esta Política.

CAPÍTULO X
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 41. Os casos omissos serão avaliados pela Superintendência de Comunicação, que poderá acionar demais unidades institucionais para participar, de forma dialógica, dos encaminhamentos.

Art. 42. Esta resolução entra em vigor em 2 de maio de 2024.

Prof. ALFREDO MACEDO GOMES
Reitor e Presidente do Conselho de Administração