

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN
Política de Comunicação

CAPÍTULO I DO CONCEITO, PRINCÍPIOS E OBJETIVOS

Art. 1º A Política de Comunicação da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – Uern 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. 2º A Política de Comunicação da Uern 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 do Estado do Rio Grande do Norte;
- 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. 3º A Política de Comunicação da Uern 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, 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, cultural e de 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 AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO DA UERN

Art. 4º A Política de Comunicação é coordenada pela Agência de Comunicação da Uern (AGECOM)

Parágrafo único. São atribuições da Agecom:

- 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 Uern;
- 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, assessorias e diretorias administrativas da Uern;

Art. 5º A estrutura de comunicação da Uern compreende: a Agecom e a Uern TV.

Parágrafo único. A estrutura de comunicação da Uern 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. 6º Compete ao Conselho de Comunicação elaborar diagnóstico, monitorar, avaliar e recomendar ações referentes à Política de Comunicação da Uern.

Art. 7º O Conselho de Comunicação da Uern será nomeado pela Reitoria e composto pelos seguintes membros:

- I - Diretor(a) da Agecom;
- II - Chefe de Gabinete da Reitoria ou representante;
- III - Chefe do Departamento de Comunicação Social ou representante;
- IV - Diretor(a) da Rádio Universitária ou representante;
- V - Diretor(a) da Uern TV ou representante;
- VI - Um(a) representante dos(as) servidores docentes indicado(a) pelo Conselho Universitário (Consuni);
- VII - Um(a) representante dos(as) servidores técnico-administrativos indicado(a) pelo Conselho Universitário (Consuni);
- VIII - Um(a) representante dos(as) estudantes indicado(a) pelo Consuni;
- IX - Um(a) representante dos(as) docentes indicado(a) pelo Consuni.

Art. 8º O Conselho de Comunicação reunir-se-á ordinariamente uma vez por semestre e, extraordinariamente, sempre que convocado.

CAPÍTULO III DOS AGENTES DE COMUNICAÇÃO

Art. 9. Para a concretização de uma comunicação interna eficiente, serão definidos agentes de comunicação nos locais de trabalho, os quais serão servidores ou estudantes estagiários supervisionados, responsáveis por estabelecer o contato direto entre os locais e a área de comunicação da Universidade.

§ 1º Os agentes de comunicação serão capacitados pelos profissionais da Agecom para contribuir 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 Agecom para orientar o desenvolvimento de ações como criação de materiais gráficos, promoção de eventos, criação e atualização das páginas institucionais e redes sociais, divulgação interna e externa, organização de murais, desenvolvimento de ações de integração, dentre outras.

CAPÍTULO IV DOS PÚBLICOS

Art. 10. Para execução de ações, produtos e serviços de comunicação, a Uern 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 Uern, fundações, aposentados, egressos, voluntários, comunidade atendida por serviços, prestadores de serviços, empresas incubadas.

CAPÍTULO V DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DA UERN

Art. 11. Os veículos de comunicação ligados à Uern, sejam eles impressos, digitais, audiovisuais ou de radiodifusão, são responsáveis por:

I - promover, prioritariamente, a divulgação da ciência, da tecnologia, da inovação, das artes, da cultura, com ênfase na atuação da Uern;

II - fortalecer uma imagem positiva da Uern junto à sociedade;

III - produzir conteúdo e informação com ênfase em educação, cultura, cidadania, meio-ambiente;

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 Uern, 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. 12. A Agecom é responsável por criar, manter, operar e monitorar os veículos próprios de divulgação institucional da Uern.

§ 1º São veículos de divulgação institucional da Uern: o portal uern.br; o blog científico Uern Ciência; a Revista Uern; os perfis Uern Oficial nas redes sociais; a Uern TV e demais veículos que vierem a ser criados.

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

Art. 13. São veículos de radiodifusão ligados à Uern: a Rádio Universitária, a Uern TV e demais veículos que vierem a ser implementados.

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

§ 2º A Uern TV é ligada à Uern por meio de termo de cooperação com a TV Cabo Mossoró, detentora dos canais a cabo de Mossoró e trata-se de concessão de radiodifusão pública, tendo como dever atuar, também, como veículo de expressão da sociedade.

Art. 14. Os veículos de radiodifusão ligados à Uern têm sua atuação guiada por esta Política de Comunicação e pela legislação institucional e nacional vigentes;

Art. 15. A proposta de criação ou extinção de veículos de comunicação da Uern deve ser debatida e analisada pelos gestores institucionais, em conjunto com a Agecom.

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 Uern, devem seguir esta Política de Comunicação e as normas estabelecidas pela Agecom.

Art. 16. Os veículos de comunicação da Uern constituem campos de estágio e laboratórios para os discentes da Uern e de instituições parceiras.

CAPÍTULO VI DA IDENTIDADE VISUAL

Art. 17. É obrigatório o uso da logomarca oficial nos veículos de comunicação da Uern, nos materiais gráficos e nos ambientes de realização de eventos da instituição.

Art. 18. A aplicação da marca deve seguir rigorosamente os padrões previstos no Manual de Identidade Visual (MIV) da Uern.

Art. 19. É obrigatório o uso de assinatura institucional pelos organismos executivos da Uern.

Art. 20. É exigida a inserção da marca oficial da Uern 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 UERN

Art. 21. Os eventos realizados pela Uern 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 Uern deve respeitar a legislação institucional vigente, que dispõe sobre a regulamentação do uso de espaços da Uern 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 Uern são regulamentados por meio de resolução específica.

CAPÍTULO VIII DO PORTAL, SITES E REDES SOCIAIS DA UERN

Art. 22. Para interação com seus públicos internos e externos e visibilidade de ações e dados institucionais, a Agecom manterá o portal uern.br, sites e redes sociais oficiais.

Art. 23. A criação de novos sites da Uern ocorrerá mediante autorização da Agência de Comunicação e Diretoria de Informatização (Dinf) da Uern.

Art. 24. O conteúdo e a atualização dos demais sites institucionais são de responsabilidade da direção das respectivas estruturas executivas da Uern, que devem seguir esta Política de Comunicação e as normas estabelecidas pela Agecom e Dinf.

§ 1º Os sites da Uern 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 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 Agecom e Dinf, serão suspensos e/ou retirados do ar.

Art. 25. A criação de perfis e páginas institucionais em redes sociais deve seguir os objetivos institucionais da Uern e ser comunicada à Agecom 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 Uern 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 Uern em seus perfis pessoais devem observar o Decreto nº 1.171/1994 – Código de Ética Profissional dos Servidores Públicos.

Art. 26. O uso do e-mail institucional, nomeesobrenome@uern.br, é obrigatório.

CAPÍTULO IX DOS MURAI INSTITUCIONAIS

Art. 27. Para divulgação de campanhas, eventos, estágios, editais, dentre outros assuntos de interesse da comunidade universitária, a Uern disponibiliza murais institucionais, em formato impresso ou digital.

Art. 28. 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. 29. 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. 30. Em ambientes externos, a responsabilidade por disponibilizar, gerir e manter murais é da Dinf e Agecom.

CAPÍTULO XI DO PLANEJAMENTO E DOS PLANOS DE COMUNICAÇÃO

Art. 31. O planejamento estratégico de comunicação da Uern deverá ser desenvolvido, anualmente, pela Agência de Comunicação.

Art. 32. Os planos de comunicação das unidades acadêmicas, ou órgãos executivos da Uern devem ser elaborados a partir dos princípios e objetivos desta Política, das orientações e do planejamento de comunicação da Uern.

Art. 33. 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. 34. Os casos omissos serão submetidos à apreciação do Conselho de Comunicação da UERN.

Art. 35. Esta resolução entra em vigor nesta data.