



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CONSELHO UNIVERSITÁRIO

RESOLUÇÃO Nº 18/2021/CONSU

O **CONSELHO UNIVERSITÁRIO** da **UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**, no uso de suas atribuições legais, e,

CONSIDERANDO que a política de comunicação e transparência da UFS proposta pelo Comitê de Comunicação e Transparência possibilitará à administração da UFS mais transparência, publicidade como princípio e sigilo como exceção, divulgação de interesses públicos independente da solicitação de cidadãos, utilização de meios digitais para essa divulgação e o controle social dos cidadãos sobre a administração pública;

CONSIDERANDO que a política de comunicação e transparência proposta seguem as diretrizes legais;

CONSIDERANDO o disposto nos dispositivos estatutários e regimentais gerais da UFS, especificamente os Artigos 132 e 133 do Regimento Interno da Reitoria;

CONSIDERANDO as diretrizes da [Lei Nº 12.527, de 18 de novembro de 2011](#);

CONSIDERANDO as diretrizes da Lei nº 13.417 de 01 de março de 2017;

CONSIDERANDO as diretrizes da Lei Nº 13.709, de 14 de agosto de 2018;

CONSIDERANDO as diretrizes da Lei Nº 14.129, de 29 de março de 2021;

CONSIDERANDO que a proposta está de acordo com a Resolução nº 40/2018/CONSU, que aprova alterações no Regimento Interno da Reitoria, na Seção I - Da Diretoria de Editoração, Comunicação Institucional e Produção Audiovisual, Art. 83;

CONSIDERANDO as alterações de emendas apresentadas no período regimental;

CONSIDERANDO parecer do relator, **Cons. PÉRICLES MORAIS DE ANDRADE JUNIOR**, ao analisar o processo nº 23.125/2021-71;

CONSIDERANDO ainda, a decisão unânime deste Conselho, em sua Reunião Ordinária, hoje realizada,

RESOLVE

Art. 1º Aprovar a Política de Comunicação e Transparência de acordo com o Anexo que integra a presente Resolução.

Art. 2º Esta Resolução entra em vigor nesta data e revoga as disposições em contrário.

Sala das Sessões, 28 de julho de 2021

REITOR Prof. Dr. Valter Joviniano de Santana Filho

PRESIDENTE

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira-ICP-Brasil. O documento assinado pode ser baixado através do endereço eletrônico https://sipac.ufs.br/public/jsp/boletim_servico/busca_ava_ncada.jsf, através do número e ano da portaria.



Universidade Federal de Sergipe

**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CONSELHO UNIVERSITÁRIO**

RESOLUÇÃO Nº 18/2021/CONSU

ANEXO

**CAPÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

Art. 1º A Política de Comunicação e Transparência tem por finalidade definir as diretrizes e os princípios de comunicação da Universidade Federal de Sergipe, evidenciando um conjunto de objetivos e posturas norteadoras da forma de comunicar da instituição; integrando as atividades comunicacionais dos setores da Diretoria de Editoração, Comunicação Institucional e Produção Audiovisual (DECAV) com as demais instâncias da universidade, fomentando e dando publicidade às atividades de ensino, pesquisa e extensão, bem como guiando os fluxos e processos para dinamizar a imagem e identidade institucional.

**CAPÍTULO II
DOS OBJETIVOS, PRINCÍPIOS E DIRETRIZES**

Art. 2º Os objetivos da Política de Comunicação e Transparência da UFS são:

- I. fortalecer a identidade e a imagem da UFS;
- II. dar visibilidade às ações de ensino, pesquisa e extensão;
- III. tornar visível o capital intelectual e social da instituição em prol do desenvolvimento da sociedade;
- IV. estabelecer rotinas para aperfeiçoar o desenvolvimento profissional da atividade de comunicação da UFS;
- V. formalizar e orientar o processo de relacionamento com os públicos interno e externo, aprimorando o diálogo entre a instituição e seus diversos públicos, e,
- VI. auxiliar no processo de transparência das atividades de gestão da universidade através dos canais de comunicação institucional, mais especificamente no atendimento às leis de acesso à informação brasileira, de forma proativa.

§ 1º O público interno é composto por pessoas que possuam algum vínculo formal com a UFS: estudantes, servidores (técnicos, docentes, pesquisadores e gestores), profissionais terceirizados, bolsistas e estagiários.

§ 2º O público externo é composto por pessoas que não possuam vínculo formal, mas que de alguma forma se relacionam com a universidade: órgãos públicos, estudantes do ensino médio e/ou fundamental, imprensa, parceiros institucionais, participantes de projetos de extensão, pesquisadores e estudantes de outras instituições de ensino nacionais ou internacionais, sociedade sergipana e em geral.

Art. 3º Os princípios da Política de Comunicação da UFS são:

- I. interesse público;
- II. ética;
- III. diálogo;
- IV. transparência;
- V. pluralidade;
- VI. diversidade;
- VII. integração;
- VIII. sustentabilidade, e,
- IX. acessibilidade.

Art. 4º As diretrizes da Política de Comunicação da UFS são:

- I. construção de um ambiente propício ao desenvolvimento das rotinas de comunicação, a partir de uma perspectiva abrangente do processo de comunicação institucional;
- II. observância dos mecanismos de governança, tendo como foco a efetividade das ações e maior transparência das informações e dados da instituição;
- III. integração com todos os setores da universidade com vistas à divulgação das ações, programas e projetos nas áreas de ensino, pesquisa e extensão;
- IV. ampliação dos espaços e canais de comunicação, visando maior alcance e maior participação da comunidade acadêmica dos campi fora da sede e da população dos municípios onde a UFS se faz presente;
- V. capacitação profissional para atuar num ambiente de constante inovação das tecnologias de informação e comunicação, tendo como referência a excelência na prestação dos serviços de comunicação em todos os canais da instituição;
- VI. valorização da imagem da instituição, destacando as ações que contribuam para o sentido de pertencimento da comunidade universitária, e que se reflita no reconhecimento do valor social da UFS para Sergipe e para o Brasil, e,
- VII. tratamento da informação de acordo com as disposições legais.

CAPÍTULO III DA ABRANGÊNCIA E DOS EIXOS DE ATUAÇÃO

Art. 5º A Política de Comunicação da UFS compreende o relacionamento entre a instituição e seus públicos, na forma integrada de funções, de mídias e de áreas convergentes à Comunicação Social, e seguirá os seguintes eixos de atuação:

- I. comunicação organizacional;
- II. convergência;
- III. transparência, e,
- IV. comunicação estratégica.

Art. 6º A comunicação organizacional consiste em ações profissionais nos seguintes âmbitos:

- I. Institucional: diz respeito à construção e/ou fortalecimento do trabalho da identidade e da imagem da universidade, a partir de suas funções primordiais de ensino, pesquisa e extensão. Divulgação de ações e serviços prestados pela universidade para os públicos interno e externo, e publicação proativa de dados referentes à gestão da universidade, de modo a atender aos princípios do interesse público e da transparência pública;
- II. Interna: conjunto de ações com foco nos servidores e estudantes da UFS. A comunicação interna tem por objetivo a coesão entre os objetivos da instituição e os da comunidade interna. A partir das ações de comunicação interna é possível valorizar as relações participativas, colaborativas e de convivência;
- III. Administrativa: refere-se aos fluxos comunicacionais para organizar as informações entre as unidades e públicos, bem como publicizar as atividades da gestão universitária em seus diversos níveis, e,
- IV. Científica: consiste em um rol de ações visando difundir e popularizar o conhecimento científico gerado pelos pesquisadores da universidade.

Art. 7º A Convergência consiste em ações comunicativas em diferentes mídias e veículos convergentes com o interesse de comunicar sobre as produções da UFS no que se refere a ensino, pesquisa e extensão, abrangendo:

- I. Rádios Educativas: produção sonora educativa, cultural, informativa, jornalística e de entretenimento;
- II. TV Educativa: produção audiovisual voltada para difusão de conhecimento científico, educativo, cultural e jornalístico.
- III. Editora: espaço destinado à produção, publicação e circulação de pesquisas científicas produzidas pela universidade e também por pesquisadores externos, e,

- IV. Comunicação digital: espaços de comunicação multimídia com foco na divulgação da comunicação institucional, administrativa e científica, sendo eles: Portal UFS, Redes Sociais da UFS, informativos internos e Portal de Periódicos.

Art. 8º A Transparência será executada pela atuação integrada com as páginas eletrônicas da Controladoria Geral da União, garantindo o emprego de:

- I. instrumentos digitais de Acesso à Informação disponibilizados por intermédio do Serviço de Informação ao Cidadão – SIC, com vistas ao atendimento da:
 - a) Transparência Ativa, que consiste na divulgação de informações por iniciativa do próprio órgão público, independentemente de terem sido solicitadas, e,
 - b) Transparência Passiva, que é o atendimento somente quando a sociedade faz uma solicitação, mediante requisição do interessado (pessoa natural ou jurídica);
- II. Dados Abertos, decorrente da implementação e promoção de abertura de dados no Ministério da Transparência, Fiscalização e Controle, obedecendo a padrões mínimos de qualidade, de forma a facilitar o entendimento e a reutilização das informações;
- III. Carta de Serviços ao Cidadão, a qual tem por objetivo informar os usuários dos serviços disponibilizados pela UFS e as formas de acesso, e,
- IV. Instrumentos digitais de diálogo com o Usuário, por meio da Ouvidoria/UFS, com o recebimento e tratamento de manifestações e a atuação do Conselho de Usuários de Serviços Públicos.

Art. 9º A Comunicação Estratégica consiste no planejamento e execução de ações de comunicação voltadas ao cumprimento dos objetivos institucionais, com as seguintes atividades:

- I. acompanhamento e avaliação da imagem institucional da UFS através do monitoramento de mídias e redes sociais, incluindo a análise das menções diretas sobre a UFS, viabilizando ações de comunicação para o gerenciamento de crises e para o planejamento estratégico da comunicação, incluindo aquelas voltadas para a manutenção e aperfeiçoamento das relações com a imprensa;
- II. desenvolvimento de estratégias de comunicação para o relacionamento com imprensa;
- III. implantação de procedimentos para a gestão e análise da qualidade e eficiência da comunicação institucional da UFS. Este item tem como objetivo atender, inclusive, demandas da CGU no que tange à LAI e política de dados abertos;
- IV. gerenciamento de perfis institucionais e definições dos objetivos desses perfis;
- V. gestão de conteúdo: padronização e adequação de linguagem e marca por meio de padrões de qualidade para as publicações, documentos e instrumentos de divulgação;
- VI. elaboração de materiais que garantam identidade institucional como: Manual de Redação, Manual de Procedimentos com a mídia - incluindo plano de mídia e media training - Manual de Procedimentos em Redes Sociais, Manual de Cerimonial e Protocolo, entre outros documentos normativos;
- VII. dinâmicas de capacitações periódicas referentes às plataformas de comunicação;
- VIII. gerenciamento de crise: composição de equipe, elaboração de plano de gerenciamento de crise, ação, acompanhamento e avaliação de processos, e,
- IX. planejamento, execução e avaliação de campanhas e ações de comunicação, voltadas para os públicos interno e/ou externo, integradas com os objetivos da comunicação organizacional.

CAPÍTULO IV DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Art.10. São canais oficiais de comunicação interna e externa da UFS:

- I. Portal UFS;
- II. Informativo UFS;
- III. UFS Ciência;
- IV. Mídias Sociais da UFS;
- V. Comunicados Internos;
- VI. E-mails Institucionais;
- VII. Sistema de Rádios Universitárias;

- VIII. Produtora Audiovisual, e,
- IX. TV UFS.

Art. 11. A UFS, na condição de instituição de ensino superior integrante do Serviço Público Federal, compromissada com a democracia, a criticidade, a ética, a transparência, a pluralidade e a diversidade, e consciente da preservação e observância a esses princípios, torna expressa a vedação de publicação de conteúdos que tenham as seguintes características, conforme Art. 3º da Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, e seu parágrafo 1º, incluso pela Lei 13.417, de 01 de março de 2017:

- I. publicações de caráter político-partidário ou que se enquadrem na categoria de prática de proselitismo político ou religioso;
- II. comemoração do dia das diversas profissões, com exceção ao dia do servidor público, dia do professor e dia do estudante;
- III. ações e eventos realizados por outras instituições privadas ou públicas, exceto aquelas que tenham alguma forma de apoio ou a participação da UFS;
- IV. eventos e atividades de interesse de sindicatos ou de entidades representativas de classe ou de categorias de qualquer natureza;
- V. publicações que tenham caráter de promoção pessoal em detrimento das ações, projetos e iniciativas que beneficiam a instituição;
- VI. publicações comerciais;
- VII. publicações que atentem contra os direitos humanos e à diversidade cultural, ou que incitem quaisquer tipos de violências, intolerâncias e preconceitos;
- VIII. publicação que contenham informações falsas, sensacionalistas ou que possam induzir a erros;
- IX. publicações que exponham informações que correm em segredo de Justiça, ou,
- X. publicação de material publicitário de campanha ou disputa eleitoral de qualquer tipo ou natureza.

Parágrafo único. Apenas serão permitidas veiculações de nomes de outras empresas ou órgãos públicos no formato de apoio cultural nas emissoras de rádio e TV.

Art. 12. O Portal UFS, por ser o canal mais completo de comunicação externa e interna, uma vez que atende às demandas de informações institucionais permanentes da universidade, publicações de notícias, práticas de transparência e subsidia espaços de informações relevantes para a comunidade interna e externa, deverá ter:

- I. a alimentação de conteúdo publicado na página principal, que inclui informações institucionais, conteúdo noticioso e de divulgação científica, é de exclusiva responsabilidade dos setores responsáveis pela gestão da Comunicação Institucional, já os subdomínios são de responsabilidade dos setores que solicitaram o registro do mesmo;
- II. a publicação pelos conteúdos publicados nas páginas de domínio que integram o Portal UFS é de responsabilidade legal das unidades ou subunidades administrativas ou acadêmicas vinculadas à UFS aos quais os domínios estejam vinculados.
- III. compete à DECAV oferecer orientações quanto à padronização dos textos, a moderação e sugestões de mudanças nos materiais que contenham algum direcionamento contrário ao definido por essa Política de Comunicação ou que infrinjam normas e leis vigentes no Brasil, incluindo aquelas que regulem os direitos autorais e de imagem,
- IV. no espaço de notícias da página principal do Portal UFS serão publicadas reportagens e notas institucionais, cabendo exclusivamente aos jornalistas da DECAV a produção e gerenciamento de todos os conteúdos divulgados nessa área do portal, as temáticas deverão priorizar assuntos referentes ao ensino, pesquisa, extensão e administração institucional, com foco na comunidade acadêmica e também no público externo, sob a perspectiva do interesse público.

Art. 13. O Informativo UFS corresponde a boletins informativos enviados por e-mail ou por meio de APP mobile, no formato de Newsletters. Os boletins devem privilegiar as informações que foram destaque no Portal UFS e também aquelas destinadas aos públicos internos.

Parágrafo único. Os conteúdos do Informativo UFS deverão conter informações que sejam relevantes para servidores, estudantes; e que tenham relação com processos administrativos, mediante o envio de notas e comunicados aos públicos alvo.

Art. 14. UFS Ciência constitui uma marca desenvolvida para a divulgação científica da UFS, em formatos multimídia integrando a produção dos diferentes setores da DECAV. As publicações que tenham a marca do UFS Ciência devem privilegiar a popularização da ciência e a propagação do conhecimento científico gerado na instituição.

Art. 15. As Mídias Sociais da UFS devem ter um caráter informativo e educativo. A UFS deverá ter apenas uma conta oficial em cada rede social, que será gerida pela DECAV.

§ 1º Os setores administrativos da UFS, que pretendam interagir com toda a comunidade acadêmica, devem fazer isso por meio das redes oficiais da universidade. Cabendo exceção para setores que se direcionam a apenas um grupo específico, pois nesses casos seriam redes segmentadas. Nesses casos, os gestores dessas redes devem observar as diretrizes estabelecidas nesta Política de Comunicação para as publicações em mídias sociais.

§ 2º O gerenciamento das mídias sociais deve ser realizado por ou sob a coordenação de um servidor, responsável legalmente pelas postagens feitas na conta e acompanhamento das interações e postagens. Nesses ambientes, será necessário seguir as seguintes orientações:

- I. utilizar sempre a Identidade Visual da UFS;
- II. não fazer promoção pessoal;
- III. não fazer publicações com caráter político-partidário ou de proselitismo político ou religioso;
- IV. não publicar fotos de eventos pessoais;
- V. não publicar nenhum material publicitário referente a qualquer disputa eleitoral;
- VI. não publicar materiais que atentem contra os direitos humanos e a diversidade cultural ou que incite quaisquer tipos de violências, intolerâncias e preconceitos;
- VII. nunca publicar informações falsas, sensacionalistas ou que possam induzir a erros, e,
- VIII. não expor informações que correm em segredo de Justiça.

Art. 16. Os Comunicados Internos da instituição deverão ser feitos prioritariamente a partir da DECAV, tendo em vista uma comunicação mais uniforme, sem duplicidade e direcionada para os públicos adequados.

§1º Os comunicados poderão partir de unidades apenas quando estes se destinarem a públicos específicos, a exemplo de estudantes de um curso de graduação.

§2º A utilização do sistema de comunicados internos deve observar as seguintes questões:

- I. fazer o uso correto da linguagem, seguindo a norma culta;
- II. não enviar informações de caráter pessoal, com cunho eleitoral, publicitário, discriminatório ou que possa ser caracterizado como proselitismo político ou religioso;
- III. nunca utilizar o sistema de comunicados internos para obter vantagens ou divulgações pessoais ou de interesse de outras instituições ou organizações;
- IV. não enviar comunicados que atentem contra os direitos humanos e a diversidade cultural ou que incitem quaisquer tipos de violências, intolerâncias e preconceitos, e,
- V. nunca publicar informações falsas, sensacionalistas ou que possam induzir a erros.

Art. 17. Os e-mails institucionais das unidades ou subunidades administrativas devem ser utilizados exclusivamente para tratar de assuntos e demandas concernentes às suas atividades organizacionais. Os e-mails institucionais de servidores (professores e técnicos-administrativos) e de alunos do ensino médio, graduação e pós-graduação deverão ser utilizados exclusivamente para fins profissionais e/ou concernentes a atividades acadêmicas. Assuntos pessoais devem ser tratados por meio de e-mails pessoais.

Art. 18. O Sistema de Rádios Universitárias deve ser utilizado para divulgação de informações, ações e eventos da instituição que sejam de interesse dos públicos interno e externo.

§1º As rádios da universidade deverão trabalhar com informação e entretenimento de forma equilibrada, buscando sempre agregar ao ouvinte informes e música de qualidade. Os temas abordados nas rádios da universidade devem permear os campos da educação, ciência, tecnologia, cultura, arte, jornalismo e a promoção dos direitos humanos e da cidadania.

§2º As rádios serão também espaço de estágio para os estudantes dos cursos de comunicação.

§3º Qualquer pessoa da comunidade interna pode ter acesso à rádio para participar de programações como convidadas ou como proponente de quadros e programas, que tenham sido aprovados previamente pelo conselho da rádio.

Art. 19. A Produtora Audiovisual deve atuar como um setor para atender as demandas audiovisuais internas da UFS, realizando transmissões de eventos, coberturas de atividades da UFS, apoiando as produções de ensino, pesquisa e extensão, bem como as atividades administrativas.

Art. 20. A TV UFS deve ter como princípio a exibição de materiais, divulgações de ações e eventos da universidade que sejam de interesse dos públicos interno e externo.

§1º A TV UFS deve trabalhar com informação e entretenimento de forma equilibrada. Os temas abordados devem permear os campos da educação, ciência, tecnologia, cultura, arte, jornalismo e a promoção dos direitos humanos e da cidadania.

§2º A TV UFS deve ser um espaço de estágio para os estudantes dos cursos de comunicação.

§3º Qualquer pessoa da comunidade interna pode ter acesso à TV para participar de programações como convidadas ou como proponente de quadros e programas, desde que aprovados previamente pelo conselho da TV.

§ 4º A produção audiovisual exibida pela TV UFS deverá contar com a tradução em LIBRAS conforme especificações do Manual de LIBRAS da EBC.

CAPÍTULO V DA IDENTIDADE VISUAL

Art. 21. Os veículos de comunicação da UFS devem conter, obrigatoriamente, a marca oficial da instituição em conformidade com o que determina o Manual de Marcas da UFS disponível no Portal da UFS no hotsite da Assessoria de Comunicação.

Art. 22. A aplicação das marcas deve seguir rigorosamente os padrões previstos no Manual de Marcas da UFS.

Art. 23. É obrigatório o uso das marcas oficiais da UFS em todas as situações e oportunidades de comunicação nas quais os agentes internos estejam em missão institucional.

Art. 24. Os responsáveis pelo uso indevido das marcas oficiais da UFS poderão sofrer sanções e penalidades previstas em Lei.

Art. 25. A marca deverá ser utilizada nos trabalhos acadêmicos e documentos administrativos, sendo ainda exigida a inserção da marca oficial da UFS em todas as ações nas quais a Instituição participe como promotora ou em parceria.

CAPÍTULO VI DA GESTÃO DA COMUNICAÇÃO E TRANSPARÊNCIA

Art. 26. A gestão da Política de Comunicação e Transparência será competência do Comitê de Comunicação e Transparência (CCT), ligado ao Comitê Institucional de Governança da Universidade Federal de Sergipe, e que possui as seguintes atribuições:

- I. elaborar o Plano de Comunicação e Transparência;
- II. prestar apoio e orientação técnica às unidades administrativas da Universidade, visando o cumprimento das determinações estabelecidas na política comunicação e transparência;
- III. supervisionar e auxiliar na implementação e execução da Política Comunicação e Transparência, bem como elaborar proposta metodológica para a gestão da Política de Comunicação e Transparência com o apoio permanente de outras unidades da UFS, e,
- IV. promover, continuamente, em articulação com a Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas, capacitações continuadas nas áreas de comunicação, transparência e afins.

CAPÍTULO VII DA ORGANIZAÇÃO

Art. 27. Cabe ao CCT prever a organização da Política de Comunicação e do Plano de Comunicação e Transparência. A operacionalização das ações do comitê de comunicação e transparência deverá ser realizada em consonância com as demais unidades responsáveis pela estrutura de governança da UFS.

Art. 28. São responsáveis pela elaboração e acompanhamento da execução do Plano de Comunicação e Transparência os seguintes setores da UFS:

- I. Diretoria de Editoração, Comunicação Institucional e Produção Audiovisual (DECAV);
- II. Ouvidoria;
- III. Serviço de Informação ao Cidadão (SIC);
- IV. Superintendência de Tecnologia da Informação (STI), e,
- V. Pró-reitoria de Gestão de Pessoas (PROGEP).

Art. 29. A comunidade universitária é corresponsável pela execução da Política de Comunicação e Transparência em todas as instâncias acadêmicas e administrativas.

CAPÍTULO VIII DO GERENCIAMENTO DE CRISE

Art. 30. Situações atípicas que ameacem negativamente a instituição em sua função, reputação, atividades, integridade ou credibilidade, serão consideradas situações de crise ou crise em potencial.

Parágrafo único. As situações de crise podem ser geradas pelos seguintes fatores:

- I. crises por questões de comunicação, sejam elas relacionadas às mídias tradicionais ou digitais;
- II. crises por ameaças externas naturais ou provocadas, com impacto físico nas estruturas e instalações da universidade, ou,
- III. crises por ameaças à integridade das pessoas da comunidade interna da UFS.

Art. 31. Cabe aos setores da DECAV, à Ouvidoria, ao SIC e ao Comitê de Integridade e Comitê de Riscos e Controles, auxiliar na identificação de situações com potencial para gerar crises e alertar o Comitê de Crise para que sejam tomadas as medidas necessárias, com apoio dos setores envolvidos, para seu contingenciamento.

Art. 32. As ações e medidas tomadas para o enfrentamento e resolução das situações de crise ou para a contenção de situações com potencial de crise deverão ser tomadas de forma articulada com o Comitê de Crise, e com o prévio conhecimento da alta administração da UFS.

Art. 33. Considerando-se que todos os tipos de crise perpassam a esfera da comunicação, necessitando de ações de comunicação para seu enfrentamento, o Comitê de Crise deverá contar sempre com a participação de, pelo menos, um membro da DECAV.

Art. 34. As ações e medidas tomadas para o contingenciamento, enfrentamento e solução de situações de crise devem estar em consonância com o Plano de Gerenciamento de Crise da UFS.

CAPÍTULO IX DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 35. Este Regulamento da Política de Comunicação e Transparência, bem como as normas e procedimentos associados, deverão ter ampla divulgação, de forma a garantir que todos entendam suas responsabilidades e atuem de acordo com seus preceitos.

Art. 36. É compromisso da Instituição e dos seus gestores a profissionalização e capacitação das unidades e atividades de Comunicação e Transparência, bem como a promoção da integração entre a estrutura administrativa e as atividades didático-pedagógicas de ensino, pesquisa e extensão.

Art. 37. A DECAV deverá acionar os setores que postarem informações ou conteúdos fora do que está estabelecido nesta Política de Comunicação, e em situações potenciais de crise institucional, o Comitê de Crise deve ser alertado imediatamente da situação.

Art. 38. Os casos omissos deverão ser deliberados pelo Comitê de Comunicação e Transparência (CCT).

Art. 39. Esta Resolução entra em vigor nesta data, revogadas as disposições em contrário.

Sala das Sessões, 28 de julho de 2021
