



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL
SECRETARIA EXECUTIVA DOS CONSELHOS SUPERIORES – SECS

RESOLUÇÃO Nº 55/2026-CONSUNI/UFAL, de 24 de março de 2026.

**ESTABELECE A POLÍTICA DE
COMUNICAÇÃO DA UFAL.**

O CONSELHO SUPERIOR UNIVERSITÁRIO da Universidade Federal de Alagoas – CONSUNI/UFAL, no uso das atribuições legais, que lhe são conferidas pelo ESTATUTO e REGIMENTO GERAL da UFAL, e de acordo com a deliberação favorável tomada na sessão ordinária ocorrida em 24 de março de 2026;

CONSIDERANDO a Constituição Federal de 1988, em seus Capítulos III – Da Educação, da Cultura e do Desporto, e V – Da Comunicação Social, do Título VIII – Da Ordem Social;

CONSIDERANDO as Leis nº 12.343/2010, nº13.018/2014, nº 13.005/2014 e nº 9394/1996, com suas devidas alterações;

CONSIDERANDO 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;

CONSIDERANDO 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;

CONSIDERANDO a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que Disciplina o Exercício Profissional de Relações Públicas;

CONSIDERANDO a Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, em especial o artigo 189, que define crime para o uso indevido de marca;

CONSIDERANDO a Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências;

CONSIDERANDO o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, Código Penal, em seu artigo 296, que dispõe sobre a falsificação de selo ou sinal público – o Decreto nº 63.283, de 26 de setembro de 1968, que aprova o Regulamento da Profissão de Relações Públicas de que trata a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967;

CONSIDERANDO a Resolução Normativa CONFERP nº 43, de 24 de agosto de 2002, que define as funções e atividades privativas dos profissionais de Relações Públicas;

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

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

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

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

CONSIDERANDO a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados;

CONSIDERANDO as Resoluções nº 65/2014 e 44/2023-CONSUNI-UFAL, que tratam do Plano de Desenvolvimento Institucional da UFAL e suas atualizações no tocante à comunicação.

RESOLVE:

Art. 1º Estabelecer a Política de Comunicação, que dispõe sobre os objetivos, as definições e as diretrizes fundamentais da Comunicação Social, no âmbito da Universidade Federal de Alagoas.

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 2º A Política de Comunicação tem como propósito integrar as atividades comunicacionais desenvolvidas na Reitoria, na Assessoria de Comunicação, nos órgãos de apoio (acadêmico, administrativo e assessoramento) e nas Unidades Acadêmicas; reconhecer as áreas convergentes à Comunicação Social, fomentando e viabilizando as atividades de ensino, pesquisa e extensão da Ufal; bem como reforçar a imagem e identidade institucional da Universidade junto aos seus diversos públicos de interesse.

Parágrafo único. Esta política será complementada pela aprovação, por ato da Coordenação da Assessoria de Comunicação e do Gabinete da Reitoria, dos Manuais de Redação em Comunicação Social, de Mídias Sociais, de Identidade Visual, de Cerimonial e Protocolo e do Guia de Relacionamento com a Imprensa.

CAPÍTULO II DAS DIRETRIZES DA COMUNICAÇÃO

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

- I. A divulgação à sociedade e à comunidade acadêmica sobre as atividades de ensino, pesquisa, extensão, inovação, cultura e gestão realizadas pela Ufal;
- II. A integração e a abertura ao diálogo e à participação da sociedade;
- III. A pluralidade, a diversidade e o apoio comunicacional a iniciativas de ensino, pesquisa, extensão e desenvolvimento institucional;
- IV. A garantia que todos os grupos, independente de suas características e seguindo os princípios éticos dos direitos humanos, tenham suas vozes ouvidas e representadas, promovendo a inclusão;
- V. A ética e a transparência dos processos administrativos de gestão em consonância com o interesse público e como instrumento de fortalecimento da Universidade e da comunicação pública;
- VI. A comunicação acessível em diferentes formatos, para atender às necessidades de toda a comunidade.
- VII. O planejamento do conteúdo veiculado nos canais de comunicação, pensando na divulgação da informação por meio da convergência midiática;
- VIII. A oferta de treinamentos para todos os envolvidos na comunicação da universidade, para que entendam as diretrizes e possam se comunicar de forma eficaz.

Parágrafo único. A Política de Comunicação da Ufal está alicerçada nos princípios que regem a Universidade.

CAPÍTULO III DOS OBJETIVOS E PRINCÍPIOS

Art. 4º Os objetivos da área de Comunicação da Ufal são:

- I. Promover o diálogo entre a instituição e seus diversos públicos;
- II. Realizar e promover divulgação científica, para o público não especializado, numa linguagem acessível;
- III. Dar visibilidade às suas ações de ensino, pesquisa, extensão, cultura e gestão para a comunidade interna e externa;
- IV. Buscar legitimidade institucional perante a sociedade;
- V. Reconhecer, fomentar e tornar visível o capital intelectual e social da instituição em prol do desenvolvimento da sociedade;
- VI. Profissionalizar a atividade de Comunicação da Ufal.

Art. 5º Os princípios de Comunicação da Ufal são:

- I. Impessoalidade;
- II. Visão estratégica;
- III. Interesse público;
- IV. Diálogo e participação;
- V. Transparência;

- VI. Ética e responsabilidade social;
- VII. Qualidade e profissionalismo;
- VIII. Credibilidade;
- IX. Diversidade e inclusão;
- X. Proatividade;
- XI. Sustentabilidade;
- XII. Acessibilidade;
- XIII. Uniformidade e unidade de discurso organizacional;
- XIV. Combate à desinformação.

CAPÍTULO IV DA GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

Art. 6º A gestão da comunicação da Ufal é de responsabilidade da Assessoria de Comunicação, órgão estratégico vinculado ao Gabinete da Reitoria.

§ 1º. Cabe a este setor planejar, coordenar, supervisionar e conduzir a execução de tarefas relativas à área de comunicação, atuando de forma contínua nos *campi* e unidades de ensino.

§ 2º. O trabalho de comunicação, uma vez sendo exercido por unidades próprias, deve ser conduzido de forma orientada por este setor.

Art. 7º É de responsabilidade da Assessoria de Comunicação o gerenciamento e a administração dos canais oficiais de comunicação da Ufal, desde o portal institucional aos perfis nas mídias sociais, entre outros, 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 oficiais de comunicação, sejam páginas internas do portal ou perfis nas mídias sociais, ligados a unidades acadêmicas e administrativas presentes no regimento da Ufal, assim como o eventual encerramento, devem ocorrer com a ciência formalizada da Assessoria de Comunicação.

Art. 8º Cabe à gestão central da Ufal apoiar, acompanhar e fomentar o trabalho da comunicação da Universidade como parte estratégica e primordial para o desenvolvimento institucional, assim como assegurar que esta política, construída de forma coletiva, seja cumprida e respeitada.

Parágrafo único. Cabe à gestão central da Ufal inserir a Assessoria de Comunicação no Organograma e no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) como setor estratégico, estimando-se a avaliação constante da Comunicação da Ufal no âmbito de suas atualizações, conforme prazos e metodologias próprias.

Art. 9º A comunicação de informações institucionais da Ufal, de todas as unidades administrativas e acadêmicas presentes em seu organograma, deve ser realizada preferencialmente por servidores públicos com formação na área de comunicação, nos cargos de relações-públicas, jornalista, publicitário, programador visual, desenhista de artes gráficas, técnico em audiovisual, fotógrafo, dentre outros previstos no Plano de Cargos e Carreira da Universidade relacionadas diretamente à comunicação.

Parágrafo único. Caso a unidade contrate serviços de comunicação, os profissionais também deverão atender este mesmo perfil, ter acesso à Política de Comunicação e manter contato com a Assessoria de Comunicação, seguindo as orientações deste setor.

Art. 10 Toda unidade acadêmica e administrativa que dispõe de profissionais ou estudantes que atuem na comunicação deve informar à Ascom para que, com base nesta política, possa adotar os procedimentos e normas para produção e publicação de conteúdos nos canais oficiais de comunicação da Ufal, assim como receber orientações da Assessoria de Comunicação.

Art. 11 A gestão desta Política de Comunicação será competência do Conselho Curador de Política de Comunicação, cuja composição inicial será nomeada pelo reitor (a) imediatamente após a sua aprovação.

CAPÍTULO V DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Art. 12 Cabe à Assessoria de Comunicação da Universidade Federal de Alagoas planejar e coordenar as ações de comunicação, tendo como premissa que a comunicação abrange o conjunto de atividades relativas à Assessoria de Imprensa, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Comunicação Interna e Externa, Divulgação de Eventos, Promoção de Eventos Próprios, Publicações e Radiodifusão.

§ 1º. A Ascom é o setor responsável pela divulgação institucional da Ufal e deve criar, manter, operar e monitorar meios próprios de divulgação institucionais.

§ 2º. Cabe à Ascom receptionar, produzir e promover a divulgação da informação institucional por meio eletrônico direto e indireto, tais como o Portal da Ufal e as mídias sociais digitais.

§ 3º. Os conteúdos difundidos pelos veículos de comunicação da Ufal restringem-se aos assuntos, acontecimentos e eventos protagonizados pelas unidades institucionais da Universidade e seus agentes internos.

Art. 13 No contexto desta política de comunicação é missão da Ascom planejar, coordenar e gerir as ações de comunicação de forma a disponibilizar informação atualizada e estabelecer diálogo com a comunidade acadêmica e externa à Ufal, a partir de uma visão sistêmica da comunicação.

CAPÍTULO VI DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE

Art. 14 São canais de comunicação interna e externa da Ufal:

- I. Portal institucional;
- II. Mídias sociais digitais;
- III. Rádio Ufal Web;
- IV. Lista de transmissão pelos grupos de e-mails institucionais criada pelo Núcleo de Tecnologia da Informação (NTI);
- V. Lista de transmissão por aplicativo de mensagem;
- VI. Boletim informativo aos servidores da Universidade;
- VII. Carta de serviços;
- VIII. *Outdoors* do Campus;
- IX. TV Ufal;
- X. Revistas institucionais;
- XI. Murais institucionais.

Parágrafo único. Os canais de comunicação da Ufal são coordenados pela Assessoria de Comunicação, exceto a TV Ufal, que está sob a responsabilidade da Fundação Universitária de Desenvolvimento de Extensão e Pesquisa (Fundepes).

CAPÍTULO VII DA IMPESSOALIDADE DA COMUNICAÇÃO

Art. 15 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 e institucional.

§ 1º. São exemplos de divulgação de interesse público e institucional: a comunicação referente a projetos de ensino, pesquisa, extensão, boas práticas de gestão 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. 16 Compete exclusivamente à Assessoria de Comunicação a definição da linha editorial e de conteúdo dos canais de comunicação institucionais.

CAPÍTULO VIII DA FINALIDADE E AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Art. 17 Com a finalidade de tornar o processo de comunicação coordenado em toda a Universidade, promovendo atuação integrada e uniformizando o discurso institucional, devem ser consideradas as seguintes estratégias:

I. Quanto à comunidade universitária, as ações de comunicação devem:

- a) intensificar o processo de comunicação entre todos os níveis da administração, em busca de envolvimento e comprometimento com os resultados pretendidos;
- b) sustentar o processo de comunicação por meio de veículos eficazes e inovadores, que privilegiem tanto o conteúdo quanto a comunicação visual;
- c) atuar de maneira articulada com as demais áreas e, em especial, com a de gestão de pessoas, no sentido de desenvolver as competências comunicativas das lideranças formais;
- d) propor cursos para a qualificação de servidores e estagiários da comunicação quanto aos processos de comunicação;
- e) dar consultoria às demais áreas da Universidade, para desenvolver competências comunicativas internas, de acordo com o princípio da impessoalidade e a premissa de uniformidade e unidade de discurso organizacional.

II. Quanto à comunidade externa:

- a) identificar oportunidades de interação que reforcem a credibilidade da Universidade;
- b) explorar os instrumentos de comunicação disponíveis, com o objetivo de divulgar e popularizar o conhecimento científico;
- c) fortalecer a imagem e os valores da instituição junto à sociedade;
- d) buscar um relacionamento mais estreito com a mídia, para a valorização da imagem da Ufal e de suas contribuições para a administração pública e para o cidadão.

Art. 18 As ações de comunicação a que se refere esta política abrangem:

I. Gestão da Comunicação - planejamento e coordenação das ações de comunicação, internas e externas, além da avaliação de seus resultados, de forma a rever a eficácia dos meios e dos modos empregados;

II. Gestão de Conteúdo - estabelecimento dos formatos e padrões de qualidade para publicações, documentos e instrumentos de divulgação, de forma a dar-lhes identidade institucional. Inclui a edição de manual de redação, manual de procedimentos com a mídia – plano de mídia e *media training* – manual de procedimentos em mídias sociais, manual de cerimonial e protocolo, entre outros documentos normativos;

III. Relação com a mídia - contatos regulares com os veículos de comunicação, com a finalidade de manter ativos os canais de divulgação dos fatos pertinentes à Universidade;

IV. Identidade e comunicação visual - planejamento, coordenação e manutenção, com as devidas atualizações, da marca da Universidade, seu registro e normatização de uso em documentos e outros meios, visando à padronização dos recursos nos *campi*;

V. Sistemas de informação interna - gerenciamento do formato e proposta dos sistemas de informação interna, a partir de estudo acerca da sua adequação às necessidades da comunidade universitária.

CAPÍTULO IX DO CONSELHO CURADOR DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E DAS COMPETÊNCIAS

Art. 19 O Conselho Curador da Política de Comunicação da Ufal é um órgão de caráter consultivo e deliberativo, com o objetivo principal de promover uma gestão participativa da comunicação, em permanente diálogo com a comunidade universitária.

Art. 20 Compete ao Conselho Curador da Política de Comunicação:

- I. Garantir a aplicação e a eficácia dos princípios, diretrizes e objetivos da política de comunicação;
- II. Discutir e deliberar sobre questões relativas às práticas de comunicação no contexto da Ufal;
- III. Apoiar e contribuir para a elaboração de estratégias de ações de comunicação da Ufal;
- IV. Contribuir com o diálogo em relação à produção de comunicação externa à Ufal, articulando parcerias com instituições correlatas à área em questão;

- V. Elaborar relatórios e pareceres à administração central da Ufal informando sobre as atividades anuais do Conselho, indicando sugestões e solicitando providências administrativas em casos específicos que estejam em desacordo com o contexto desta política;
- VI. Elaborar, com a participação da comunidade universitária e especialistas da área, o Plano de Comunicação orientador das atividades gerais de comunicação da Ufal, bem como a sua atualização;
- VII. Atualizar a Política de Comunicação da Ufal, quando necessário, considerando sobretudo a adaptação às novas tecnologias de comunicação e informação e às novas legislações que possam intervir na execução da comunicação;
- VIII. Propor e acompanhar qualificações aos profissionais da comunicação da Ufal.

Art. 21 O Conselho Curador da Política de Comunicação da Ufal será permanente e terá a seguinte composição de representantes, com membros titulares e suplentes para cada representação, nomeados pelo/a Reitor/a:

- I. Coordenador/a da Assessoria de Comunicação da Ufal;
- II. Representante docente indicado pelo curso de Jornalismo;
- III. Representante docente indicado pelo curso de Relações Públicas;
- IV. Representante discente do curso de Jornalismo, indicado conforme Resolução nº 104/2025-CONSUNI/UFAL;
- V. Representante discente do curso de Relações Públicas; indicado conforme Resolução nº 104/2025-CONSUNI/UFAL;
- VI. Representante técnico indicado pela Pró-reitoria de Extensão e Cultura;
- VII. Representante técnico indicado pela Assessoria de Comunicação da Ufal.

§ 1º. O Conselho Curador da Política de Comunicação será presidido pelo/a coordenador/a da Assessoria de Comunicação da Ufal.

§ 2º. O Conselho Curador da Política de Comunicação reunir-se-á ordinariamente uma vez por semestre por convocação do/a presidente ou, extraordinariamente, por convocação do/a presidente ou por solicitação assinada por um terço dos seus membros e encaminhada à presidência.

§ 3º. Os membros representantes terão mandato de dois anos, permitida a recondução uma única vez, por igual período.

CAPÍTULO X SOBRE A IDENTIDADE VISUAL DA UFAL

Art. 22 A marca da Ufal é o brasão, com as especificações contidas em seu manual de identidade visual, disponível para toda comunidade universitária no Portal da Ufal.

Parágrafo único. A Assessoria de Comunicação pode fazer selos comemorativos e orientar o uso deles em ocasiões especiais.

Art. 23 Todos os canais de comunicação institucional da Ufal devem contar, obrigatoriamente, com a marca da Universidade.

Art. 24 A aplicação de marca da Ufal deve sempre atender a ordem especificada no Manual de Identidade que consta no seu portal institucional.

Art. 25 É obrigatório o uso da marca da Ufal em todas as ações nas quais a instituição participe como realizadora ou parceira.

Art. 26 Os responsáveis pelo uso indevido da marca oficial da Ufal poderão sofrer sanções civis, penais e/ou administrativas, a depender do caso.

Parágrafo único. A Assessoria de Comunicação da Ufal poderá encaminhar os casos de infrações dispostas no *caput* deste artigo aos órgãos competentes do Sistema de Justiça, para as providências que esses entenderem cabíveis.

Art. 27 A Assessoria de Comunicação deve produzir e disponibilizar documentos normatizadores de amplo acesso sobre o uso da marca da Ufal.

CAPÍTULO XI DAS MÍDIAS SOCIAIS DA UFAL

Art. 28 A Ufal está presente nas seguintes plataformas de mídias sociais: Facebook, Instagram, Threads, YouTube, Flickr e X.

§ 1º. A Assessoria de Comunicação é responsável pela organização e atribuição de atividades em canais dos perfis oficiais nas mídias sociais que levam o nome da Universidade.

§ 2º. Cabe à Assessoria de Comunicação propor e disponibilizar documentos normatizadores de identificação de perfis oficiais nas mídias sociais referentes às unidades administrativas e acadêmicas constantes no regimento da Universidade.

§ 3º. Cabe à Assessoria de Comunicação a criação e o gerenciamento de perfis em outras mídias sociais, quando pertinente.

Art. 29 Todo perfil em mídias sociais deve ter a finalidade de produzir comunicação de interesse público, considerando o acesso livre do conteúdo.

§ 1º. Para criação de novo perfil, 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 levem o nome da instituição devem atender aos procedimentos previstos no Manual de Mídias Sociais.

Art. 30 A Assessoria de Comunicação pode solicitar a exclusão de perfis em mídias sociais que usem o nome de unidades administrativas ou acadêmicas da Universidade Federal de Alagoas e que não estejam adequados a esta Política.

CAPÍTULO XII DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 31 Esta Resolução da Política de Comunicação, 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. 32 É compromisso da instituição e dos seus gestores a profissionalização e a capacitação do setor e das atividades de comunicação, bem como a promoção da integração entre a estrutura administrativa e as atividades de ensino, pesquisa, extensão, inovação, cultura e gestão.

Art. 33 A Assessoria de Comunicação deverá acionar os setores que divulgarem informações ou conteúdos fora do que está estabelecido nesta Política de Comunicação e, em situações potenciais de crise institucional, a Comissão de Gestão de Crise deverá ser alertada imediatamente da situação.

Parágrafo único. A atuação da Assessoria de Comunicação deverá ser pautada nos procedimentos previstos no Manual de Gerenciamento de Crise.

Art. 34 Compete aos dirigentes da Ufal, no que diz respeito à Política de Comunicação:

- I. Garantir a aplicação dos princípios, diretrizes e objetivos da política de comunicação;
- II. Apoiar e contribuir na elaboração de estratégias de ações de comunicação da Ufal;
- III. Apoiar ações de comunicação que ampliem a visibilidade e a transparência da instituição junto à sociedade;
- IV. Colaborar com a divulgação da ciência, da tecnologia, da inovação e da cultura realizadas pela Ufal.

Art. 35 Os casos omissos serão avaliados pela Assessoria de Comunicação, que poderá acionar demais unidades institucionais para participar, de forma dialógica, dos encaminhamentos.

Art. 36 Esta Resolução entra em vigor nesta data.

Sala Virtual do Sistema Web Conferência da RNP, em 24 de março de 2026.

PROF. JOSEALDO TONHOLO
PRESIDENTE DO CONSUNI