

## RESOLUÇÃO Nº 71/19-COPLAD

*Fixa o Regimento da Superintendência de Comunicação e Marketing da Universidade Federal do Paraná.*

**O CONSELHO DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO (COPLAD)**, órgão normativo, consultivo e deliberativo da Administração Superior da Universidade Federal do Paraná (UFPR), em 28 de junho de 2019, no uso de suas atribuições conferidas pelo Artigo 18 do Estatuto da UFPR, com base no Parecer da Conselheira Lúcia Helena Alencastro (doc. SEI 1923059) no processo nº 040604/2019-39, aprovado por unanimidade de votos,

### RESOLVE:

Art. 1º Aprovar o Regimento da Superintendência de Comunicação e Marketing da Universidade Federal do Paraná (UFPR), nos seguintes termos:

#### CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS

Art. 2º O presente Regimento define a estrutura da Superintendência de Comunicação e Marketing (SUCOM) da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e disciplina as suas atribuições e competências.

Art. 3º A SUCOM é órgão vinculado à Reitoria da UFPR.

Art. 4º A SUCOM tem como objetivo geral comunicar e integrar os diversos públicos internos e externos à UFPR e a missão de propor, fortalecer e concretizar políticas de Comunicação social e Marketing, bem como desenvolvimento e políticas para Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) web para veículos de comunicação, visando colaborar como potencializador da disseminação da informação e do conhecimento, da divulgação científica, de ações institucionais e culturais no âmbito acadêmico e administrativo da comunidade da UFPR.

Art. 5º A SUCOM tem os seguintes objetivos específicos:

- I - atuar de forma transversal e sistematizada, dando organicidade e fomentando a criação, consolidação e ampliação das ações de comunicação interna e externa;
- II - criar, ampliar, aprimorar, acompanhar, monitorar e avaliar as políticas de comunicação na UFPR, em consonância com o artigo 4º;
- III - contribuir para a divulgação científica e cultural para o público em geral, bem como para profissionais especializados, em diferentes mídias (impressas ou eletrônicas);
- IV - criar, abastecer com informações, avaliar, propor mudanças e alterar mecanismos e veículos de comunicação da UFPR, com a intenção de melhorar o processo comunicacional frente aos diferentes públicos;
- V - dar transparência e publicidade às atividades administrativas e institucionais da UFPR e à sua administração central (Conselhos Superiores, Gabinete da Reitoria e Pró-reitorias);
- VI - cobrir eventos de interesse institucional, para o público externo e interno da UFPR, por meio de veículos de comunicação de massa (eletrônicos e impressos);
- VII - disseminar as ações de ensino, pesquisa, extensão e inovação;
- VIII - divulgar, monitorar e repercutir as ações de interesse institucional em veículos de comunicação públicos e privados, com intenção de dar publicidade aos atos da UFPR;
- IX - gerenciar a grife UFPR e seus diversos produtos que ajudam a divulgar e a manter a imagem da

UFPR perante o público interno e externo;

X - gerenciar a marca UFPR e seus diferentes usos em materiais internos e externos;

XI - fortalecer as atividades de TV, Rádio e novas mídias (TIC) e propor novas ações e interlocuções, bem como assessorar o Gabinete da Reitoria em debates, encontros, reuniões, seminários e outros eventos que tratem do tema de Comunicação, Telecomunicação ou Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil ou fora dele, com entidades públicas ou privadas;

XII - promover ambiente propício para colaborar na área de formação profissional complementar, na forma de estágios, bolsas e voluntariado para os acadêmicos em comunicação social e áreas afins; e

XIII - atuar como órgão consultivo em questões de comunicação e de equipamentos ligados à área para as demais unidades da UFPR.

## CAPÍTULO II DA COMPETÊNCIA

Art. 6º As atribuições diretas e o detalhamento das atividades desenvolvidas pelo órgão da Superintendência de Comunicação Social e Marketing são:

I - gerenciar as atividades da Superintendência e assegurar o perfeito funcionamento das unidades a ela subordinadas;

II - realizar a interface com as demais Unidades Administrativas da Universidade no tocante à Comunicação e Marketing;

III - propor políticas de Comunicação e Marketing para a Universidade;

IV - assegurar a disponibilidade de informações para os diversos públicos da UFPR;

V - formular objetivos para selecionar e executar programas de ação de marketing analisando o ambiente interno e externo;

VI - auxiliar na elaboração do planejamento estratégico da Universidade;

VII - elaborar relatórios periódicos de atividades, conforme demandas;

VIII - planejar e gerenciar o uso dos recursos humanos e de recurso tecnológicos e da infraestrutura necessária para áreas de Comunicação e Marketing da Universidade;

IX - otimizar o uso dos recursos de Comunicação e Marketing;

X - propor e realizar o remanejamento de pessoas e funções internas na unidade;

XI - realizar o gerenciamento da Grife UFPR;

XII - editar normas gerais de organização administrativa e de atendimento ao público no âmbito da SUCOM;

XIII - atuar na promoção e consolidação da marca UFPR, por meio de campanhas e pela comercialização de produtos promocionais pela Grife UFPR; e

XIV - realizar a prestação de serviços de comunicação diversos, confecção de produtos comunicacionais, transmissões audiovisuais ao vivo e locação de espaços audiovisuais especializados, visando auferir recursos para custeio das atividades da Superintendência.

Art. 7º A SUCOM se subdivide em áreas de atuação:

I - Área de Comunicação Institucional (Relações Públicas e Redes Sociais);

II - Área de Produção Gráfica e Webgráfica;

III - Área de Assessoria de Imprensa;

IV - Área de Rádio, TV e TIC Web;

V - Área de Eventos;

VI - Unidade de Controle e Execução Orçamentária; e (Redação dada pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

VII - Seção de Imprensa Universitária. (Incluída pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

§1º São atribuições de todas as áreas de atuação que integram a Superintendência de Comunicação Social e Marketing:

- I - fiscalizar o devido cumprimento das linhas de identidade visual da logomarca da UFPR;
- II - fiscalizar o uso legal da marca e logomarca UFPR;
- III - denunciar usos abusivos e ilegais da marca e logomarca UFPR;
- IV - avaliar e propor melhorias de identidade institucional para a UFPR;
- V - avaliar e propor melhorias na comunicação interna e externa da UFPR; e
- VI - propor alterações no planejamento anual da Superintendência.

§2º As Áreas de atuação da SUCOM têm as seguintes competências:

I - Área de Comunicação Institucional (Relações Públicas e Redes Sociais):

- a) gerenciar a comunicação interna;
- b) mapear e gerenciar as atividades de relacionamento com públicos de interesse da Universidade;
- c) gerenciar as atividades da área de Relações Públicas da Superintendência e das demais unidades a ela subordinada;
- d) orientar, assessorar e apoiar a Superintendência na condução do relacionamento com a comunidade interna e externa à UFPR, mídia, setor privado, público e com as demais Instituições Federais de Ensino Superior;
- e) atuar em redes sociais de forma institucional;
- f) auxiliar no planejamento anual de Comunicação e Marketing para os veículos e eventos da UFPR;
- g) propor melhorias no fluxo de informações internas e externas da UFPR;
- h) propor veículos, programas, interprogramas e publicações (periódicas ou esporádicas) que atendam as demandas internas e externas da UFPR, com intenção de melhorar a comunicação entre as áreas administrativas, de ensino, pesquisa e extensão;
- i) analisar dados de **clipping**, **metering** e redes sociais e propor ações diretas e operativas de social media;
- j) auxiliar na elaboração do planejamento geral da Superintendência;
- k) elaborar relatórios periódicos de atividades, conforme demandas;
- l) instruir e acompanhar as sucursais das unidades da UFPR;
- m) auxiliar e propor, bem como realizar treinamentos para capacitação de Agentes de Comunicação interna nas demais unidades da UFPR;
- n) estabelecer contatos e parcerias com as demais instituições, emissoras e integrantes do sistema Rede IFES;
- o) propor novas parcerias com emissoras de teledifusão e instituições públicas e privadas;
- p) avaliar e propor ações com base em **metering** de clipagem ou de redes sociais;
- q) coordenar equipe de **metering**;
- r) gerenciar a Grife UFPR, realizando a comercialização de produtos institucionais e promocionais, como forma de auferir recursos destinados a custear as atividades de comunicação;
- s) implantar e gerenciar sistema online de comercialização dos produtos da Grife UFPR (**e-commerce**);
- t) prestar contas semestralmente das atividades da Grife UFPR, incluindo balanço de estoque e balanço financeiro;
- u) por meio de **media training**, treinar e selecionar agentes de comunicação para dinamizar a comunicação interna e com a mídia profissional; e
- v) auxiliar a promoção da marca UFPR.

II - Área de Produção Gráfica e Webgráfica:

- a) criar e manter a Identidade de Marketing da UFPR, especialmente quanto à Identidade Visual, oferecendo apoio a todas as demais unidades da UFPR na criação de materiais e na utilização da marca e das logomarcas;
- b) produzir peças Gráficas e Webgráficas, sob demanda das unidades da SUCOM;
- c) propor, elaborar e produzir campanhas e materiais institucionais, destinadas para público interno e para o público externo;
- d) desenvolver a atualização das páginas web do domínio SUCOM;
- e) orientar as demais unidades da UFPR para manter a identidade visual em materiais gráficos e web;
- f) criar e desenvolver a identidade visual e peças promocionais para UFPR, incluindo as campanhas

institucionais, as peças para divulgação de eventos e os materiais solicitados pelos setores e unidades;

- g) criar e desenvolver a identidade visual e peças promocionais para a grife UFPR, bem como auxiliar no processo criativo de desenvolvimento de produtos; e
- h) gerenciar a confecção física dos materiais desenvolvidos na Imprensa UFPR, incluindo materiais promocionais, materiais institucionais e materiais externos.

### III - Área de Assessoria de Imprensa:

- a) relacionar a imprensa externa com a comunidade interna da UFPR, atuando como agente de intermediação, assessorando e capacitando os agentes internos;
- b) produzir materiais de interesse institucional para promoção e defesa da UFPR;
- c) assessorar internamente e atender solicitações externas de Imprensa;
- d) produzir textos e imagens para uso institucional e jornalístico, de interesse da UFPR;
- e) gerenciar as sucursais de comunicação em diferentes campi da UFPR, incluindo os campi avançados;
- e
- f) apoiar a unidade de Comunicação Institucional na gestão de crises de imagem institucionais, produzindo textos e imagens sob demanda.

### IV - Área de Rádio, TV e TIC Web:

- a) atuar produzindo materiais de comunicação em áudio e audiovisual para diferentes mídias, bem como gerando soluções informatizadas para atender as mídias;
- b) coordenar os estúdios e técnicas para rádio e TV;
- c) produzir e programar grades de exibição para rádio e TV;
- d) propor novos aplicativos e gerenciar os sistemas de TICs para auxiliar e potencializar o processo de comunicação da SUCOM;
- e) produzir materiais em audiovisual conforme demanda da SUCOM; e
- f) promover as transmissões ao vivo de eventos e espetáculos oficiais da UFPR.

V - Área de Eventos é destinada a atuar nos eventos da UFPR, internos ou externos. Os eventos são importantes ferramentas da UFPR para atender ao mandamento constitucional de não dissociar ensino, pesquisa e extensão, propiciando uma integração deste tripé educacional. São também ferramentas de integração da comunidade. A área de Eventos tem por competência:

- a) orientar e auxiliar a Produção Gráfica e Webgráfica dos materiais e peças promocionais dos eventos;
- b) organizar, planejar, coordenar o apoio logístico e de infraestrutura a eventos institucionais da UFPR;
- c) captar recursos para a execução de eventos institucionais, aliviando os gastos diretos da UFPR; e
- d) executar eventos específicos, assim definidos pelo Conselho Universitário e pelo Gabinete da Reitoria, executando toda a coordenação e administração destes.

VI – Área Financeira da Execução Orçamentária da Superintendência, são competências específicas:

- a) instruir e acompanhar os processos de licitações das unidades da Superintendência;
- b) tramitar processos de teor financeiro e orçamentário; (Redação dada pela Resolução nº 25/22-COPLAD)
- c) assegurar o devido cumprimento financeiro das metas estabelecidas pelas unidades da Superintendência;
- d) planejar, analisar, gerenciar e controlar as atividades financeiras da Superintendência e das áreas que integra;
- e) auxiliar na execução dos recursos financeiros provenientes de projetos, parcerias, doações, entre outros; (Redação dada pela Resolução nº 25/22-COPLAD)
- f) providenciar materiais necessários para o andamento das atividades da Superintendência;
- ~~g) providenciar os recursos necessários para a realização de reuniões; (Revogada pela Resolução nº 25/22-COPLAD)~~
- ~~h) secretariar as reuniões e elaborar as respectivas atas; (Revogada pela Resolução nº 25/22-COPLAD)~~
- ~~i) emitir extratos de atas, sempre que solicitado; (Revogada pela Resolução nº 25/22-COPLAD)~~
- j) tramitar e encaminhar processos de ordem orçamentária; (Redação dada pela Resolução nº 25/22-

COPLAD)

k) coletar assinatura da chefia nos documentos pertinentes;

l) encaminhar as deliberações pertinentes;

~~m) manter organizados os arquivos da Superintendência; (Revogada pela Resolução nº 25/22-COPLAD)~~

~~n) prestar informações sobre a Superintendência e suas unidades administrativas; (Revogada pela Resolução nº 25/22-COPLAD)~~

o) auxiliar na elaboração do planejamento geral da Superintendência;

p) elaborar relatórios periódicos de atividades, conforme demandas; e

q) realizar a gestão financeira das atividades da Grife UFPR, das atividades de prestação de serviços de comunicação e de serviços gráficos, mantendo controles e fornecendo relatórios sob demanda das respectivas áreas.

VII - Seção de Imprensa Universitária tem por finalidade executar os serviços de impressão gráfica, em diferentes materiais de suporte, considerados meios e fins da Universidade Federal do Paraná na produção, convergência, processamento e difusão do conhecimento, nas atividades de ensino, de pesquisa e de extensão. (Incluído pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

a) livros, teses e afins, emergentes desta Universidade, de caráter técnico, didático, científico ou cultural, independentemente de seu valor comercial; (Incluída pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

b) revistas, periódicos, anuários e boletins editados por unidades desta Universidade; (Incluída pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

c) programas, relatórios, folhetos, cartazes e afins; (Incluída pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

d) diplomas e certificados; (Incluída pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

e) imprimir documentos em geral (técnicos, didáticos, de pesquisa, administrativos e outros); (Incluída pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

f) gerenciar a Grife UFPR, realizando a produção e comercialização de produtos institucionais e promocionais, como forma de auferir recursos destinados a custear as atividades de comunicação desta seção e também das demais áreas desta Superintendência; (Incluída pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

g) implantar e gerenciar o sistema online de comercialização dos produtos da Grife UFPR (**e-commerce**); e (Incluída pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

h) prestar contas semestralmente das atividades da Grife UFPR, incluindo balanço de estoque e balanço financeiro. (Incluída pela Resolução nº 25/22-COPLAD)

Art. 8º A SUCOM será dirigida por Superintendente(a) nomeado(a) pelo(a) Reitor(a).

Parágrafo único. Nas faltas e impedimentos do(a) Superintendente(a), a função será exercida por um(a) de seus(as) Coordenadores(as), indicado(a) pelo(a) Superintendente(a) e previamente designado(a) pelo(a) Reitor(a), acumulando com o exercício da coordenação respectiva.

### CAPÍTULO III DO ÓRGÃO COLEGIADO ASSESSOR

Art. 9º Pelo caráter transdisciplinar das campanhas e ações de Comunicação e Marketing, com desdobramentos, ações correlatas e consequentes entre as diversas áreas da comunicação, estas deverão ser planejadas e coordenadas pelas diferentes áreas da SUCOM por meio de Órgão Colegiado Assessor.

§1º O Órgão Colegiado Assessor apoia, subsidia a realização e zela pelo planejamento estratégico e propositivo de políticas e ações promotoras da comunicação e é composto por:

I- Superintendente(a) de Comunicação;

II- Representante da Área de Comunicação Institucional;

III- Representante da Área de Produção Gráfica e Webgráfica;

IV- Representante da Área de Eventos;

V- Representante da Área de Assessoria de Imprensa;

VI- Representante da Área de Rádio, TV e TIC; e

VII- Secretário Financeiro.

§2º. O Órgão Colegiado Assessor tem por competência:

- I- propor e avaliar a linha editorial dos veículos de comunicação (impressos e eletrônicos);
- II- propor e avaliar a criação ou substituição de programas ou veículos de comunicação;
- III- propor e avaliar a ampliação dos veículos de comunicação;
- IV- avaliar o planejamento anual de Comunicação e Marketing para veículos e eventos da UFPR;
- V- fiscalizar o devido cumprimento das linhas editoriais dos respectivos veículos e programas aprovados por este Comitê;
- VI- avaliar e propor melhorias nas grades de exibição de rádio e televisão da UFPR;
- VII- avaliar e propor melhorias na estrutura e navegabilidade dos sites da UFPR;
- VIII- avaliar e propor melhorias e novas tecnologias de informação e comunicação (TIC), de aplicativos, de sistemas, de transmissão, de distribuição, permuta e outras possíveis demandas da área de comunicação da UFPR;
- IX- avaliar e propor melhorias no fluxo de informações internas e externas da UFPR;
- X- avaliar a elaboração e propor alterações no planejamento anual da Superintendência;
- XI- instruir e acompanhar os veículos de comunicação (impressos e eletrônicos) da UFPR, para o devido cumprimento das normas editoriais;
- XII- aprovar os relatórios e balanços emitidos pelas áreas; e
- XIII- aprovar plano de apoio cultural para os veículos de comunicação.

~~Art. 10. A Imprensa Universitária faz parte da estrutura da Superintendência de Comunicação e Marketing, sendo denominada como Seção de Imprensa Universitária.<sup>1</sup> (Revogado pela Resolução nº 25/22-COPLAD)~~

~~Parágrafo único. A Seção de Imprensa Universitária constitui unidade destinada a editar e imprimir livros didáticos, técnicos e científicos, teses, revistas e periódicos; à encadernação de brochuras e à confecção de impressos de qualquer natureza, que sejam da necessidade e interesse da Superintendência de Comunicação e Marketing e de outros órgãos da UFPR, bem como das atividades de ensino, pesquisa e extensão. (Revogado pela Resolução nº 25/22-COPLAD)~~

#### CAPÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 11. Os casos omissos e as dúvidas surgidas na aplicação do presente Regimento serão solucionados pela Superintendência de Comunicação e Marketing.

Art. 12. Esta Resolução entra em vigor após uma semana após a data de sua publicação.

1 Incluído pela Resolução nº 13/21-COPLAD, de 28 de abril de 2021.