



REGULAMENTO DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO COM A COMUNIDADE INTERNA E EXTERNA DA FACULDADE SUPREMO REDENTOR DE PINHEIRO - FACSUR

REGULAMENTO DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO COM A COMUNIDADE INTERNA E EXTERNA DA FACULDADE SUPREMO REDENTOR DE PINHEIRO - FACSUR

CAPÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES PREMILINARES

Art. 1º O Núcleo de Comunicação com a Comunidade Interna e Externa da FACSUR constitui instância institucional de natureza estratégica e executiva, responsável pela coordenação, integração, supervisão e avaliação das ações, programas e políticas de comunicação institucional.

Art. 2º Compete ao Núcleo assegurar a coerência, integração e efetividade das ações de comunicação institucional, promovendo alinhamento com o Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI.

CAPÍTULO II
DOS OBJETIVOS E PRINCÍPIOS

Art. 3º Os objetivos do Núcleo de Comunicação com a Sociedade da FACSUR são:

I - promover o diálogo entre a instituição e seus variados públicos;

II - dar visibilidade às suas ações de ensino, iniciação científica e extensão;

III - buscar legitimidade institucional perante a sociedade;

IV - reconhecer, fomentar e tornar visível o capital intelectual e social da instituição em prol do desenvolvimento da sociedade;

V - profissionalizar a atividade de Comunicação da FACSUR.

Art. 4º Os princípios de Comunicação da FACSUR são:

I - interesse público;

II - diálogo;

III - transparência;

IV - pluralidade;

V - integração da Comunicação Publica às atividades de ensino, iniciação científica e extensão da FACSUR;
VI - sustentabilidade;
VII - acessibilidade.

CAPÍTULO III
DA ABRANGÊNCIA

Art. 5º A Comunicação da FACSUR compreende o relacionamento entre a instituição e seus públicos, na forma integrada de funções, de mídias e de áreas convergentes à Comunicação Social, e é regida pelos seguintes conceitos:
I - Ecossistema comunicativo: é entendido como as interações que se processam por diferentes formas, seja de modo dirigido ou difuso, para além dos meios massivos e dos objetivos organizacionais, constituindo-se por redes e fluxos de Comunicação entre instituição e públicos, bem como atividades de interação social e midiática.
II - Comunicação Pública: constitui-se na circulação de temas de interesse coletivo e na particularidade de mensagens, técnicas e objetivos de Comunicação, os quais devem primar pelo interesse público, transparência e diálogo, através do relacionamento entre instituição, gestão e sociedade (públicos). As informações que derivam da organização são objetos de ações, produtos e processos de Comunicação Pública e são classificadas em:
a) institucionais: condizem com a Comunicação relativa à consolidação da identidade, imagem e reputação organizacional da FACSUR, as quais são ligadas diretamente ao Plano de Desenvolvimento Institucional;
b) derivadas da gestão da Faculdade: alinham-se ao caráter institucional, porém se relacionam ao processo decisório e à atuação do corpo diretivo, como seu plano de gestão, metas e objetivos;
c) de prestação de contas: complementam as estratégias comunicacionais ligadas à transparência, visto que apresentam e justificam as decisões do corpo diretivo, possibilitando a avaliação e a fiscalização pelos cidadãos;
d) de Divulgação Científica, tecnológica e artística: objetivam a democratização do acesso ao conhecimento e a inclusão dos cidadãos no debate sobre temas especializados, a partir da divulgação, em linguagem coloquial, dos resultados de atividades de ensino, iniciação científica e extensão, devendo, portanto,

estarem previstas em projetos e programas académicos, bem como nos editais institucionais. Esse tipo de informação conta com importantes processos, considerados primordiais para sua ação: Sítios Eletrônicos Institucionais, Repositórios Institucionais e Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) aplicadas à Educação;

e) de dados públicos: referem-se às publicações legais, como editais, jurisprudência, documentos históricos, normas, legislação e indicadores;

f) de utilidade pública: referem-se aos serviços e orientações sobre temas específicos ligados a rotina dos públicos;

g) de interesse privado: restringem-se aos públicos que as solicitam, conforme os protocolos e prazos legais e normas institucionais: e

h) de interesse restrito: referem-se as informações protegidas por legislação específica.

III - Comunicação Organizacional: consiste nos meios, ações e profissões e seus derivados, que se enquadram em um dos tipos de Comunicação:

a) Institucional: integra ações e estratégias de Comunicação com objetivos ligados a identidade, imagem e credibilidade, pois aborda conteúdos relacionados a missão, visão e valores organizacionais, bem como aos seus serviços e produtos enquanto interesse público, com acesso democrático e legitimo;

b) Interna: Visa a integração e coesão centre os objetivos da instituição e os objetivos da comunidade acadêmica. Adota uma postura de valorização de relações participativas, colaborativas e de convivência, o que se configura em práticas comunicacionais horizontais e integradoras que atendem o direito à informação, à expressão e à resposta, constituindo a relação dialógica;

c) Administrativa: estrutura-se na confluência de fluxos ligados às funções administrativas da FACSUR, e seu objetivo é viabilizar, padronizar e organizar o fluxo e os modelos de informação, para assegurar a agilidade e a qualidade do relacionamento entre os campus, entre campus e públicos, em busca de eficiência nos serviços prestados; e

d) Científica: visa à circulação de informações especializadas entre os pares na comunidade científica, visibilidade dos dados de iniciação científica e, nesta instituição, incorpora a comunicação tecnológica e artística. Por gerar qualificadores, indicadores e métricas institucionais, a comunicação científica

depende de um conjunto de metadados padronizados e validados, os quais possibilitam interoperabilidade entre os sistemas de gestão, publicação e indexação. Sendo o representante os repositórios da produção institucional.

IV - Convergência: busca tornar as atividades comunicacionais da FACSUR conectadas, participativas e interativas, considerando a ambiência digital e não-digital. Essa ambiência busca promover a interação e a atuação institucional em rede e de forma cooperada, visando à integração de áreas existentes na FACSUR e seus respectivos produtos e serviços, impulsionando a reciprocidade e a confiança em função do interesse público. O núcleo de Comunicação considera a convergência por meio de um Planejamento Estratégico de Comunicação que delimite:

a) os fluxos e processos da Comunicação;

b) o mapeamento da presença digital da FACSUR;

c) a criação e o gerenciamento de perfis institucionais da FACSUR;

d) a função e os objetivos de cada um destes perfis, tanto no ambiente digital, quanto no não-digital;

e) a padronização e adequação de linguagem nos perfis institucionais, em termos verbais, visuais, sonoros e audiovisuais;

l) as possibilidades de interação da comunidade acadêmica;

g) as dinâmicas de capacitações periódicas e de atualização dos gestores, especialmente das plataformas digitais;

h) a elaboração de um plano de gestão de crise, definido e posto em pratica por equipe especializada para conservar e aprimorar a reputação da FACSUR;

i) a identificação dos agentes responsáveis pela comunicação interna e externa, em nome da FACSUR, nos atos oficiais ou não, inclusive para fins de representação e/ou interlocução em nome da Faculdade.

V - Comunicação acessível: “forma de interação dos cidadãos que abrange, entre outras opções, as línguas, inclusive a Língua Brasileira de Sinais (Libras), a visualização de textos, o Braille, o sistema de sinalização ou de comunicação tátil, os caracteres ampliados. Os dispositivos multimídia, assim como a linguagem simples, escrita e oral, os sistemas auditivos e os meios de voz digitalizados e os modos, meios e formatos aumentativos e alternativos de comunicação, incluindo as tecnologias da informação e das comunicações”, conforme Lei nº 13.146/2015.

CAPÍTULO IV
DA GESTÃO

Art. 6º A gestão do Núcleo de Comunicação será exercida por um Coordenador do Núcleo, designado pela Direção, com apoio de equipe técnica e comissão consultiva.

Art. 7º A implantação do Núcleo de Comunicação terá suas diretrizes atendidas através de regulamentações próprias.

Art. 8º Do núcleo de Comunicação originam-se estratégias, técnicas e regulamentações, tais como:

I - Planejamento Estratégico da Comunicação da FACSUR;

II - programas;

III - planos;

IV - projetos desenvolvidos no campus; e

V - modelos, guias e fluxos das atividades rotineiras de Comunicação.

Parágrafo único: Os programas, planos e projetos vinculados ao Núcleo de Comunicação estarão subordinados às diretrizes estabelecidas pelo Núcleo, que atuará como instância central de governança da comunicação institucional.

Art. 9º O núcleo de Comunicação da FACSUR se comunica com a Programa de Comunicação da FACSUR e articula-se ao Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), estimando-se a avaliação constante da Comunicação da FACSUR no âmbito de suas atualizações, conforme prazos e metodologias próprias.

Art. 10 A Comissão de Comunicação será composto pelo Coordenador do Núcleo, pelo Gestor das redes sociais, pelo gestor do site, pelas Coordenações de Curso, pelos Coordenadores dos núcleos institucionais complementares, pelo coordenador da CPA e pelo Ouvidor da IES.

Art. 11 O Coordenador do Núcleo de Comunicação tem como função o de orientar, assessorar, aprovar e acompanhar a regulamentação das atividades do ecossistema de Comunicação da FACSUR, zelando pelos princípios e objetivos deste programa.

§ 1º São atribuições do Coordenador do Núcleo de Comunicação:

I - estabelecer as diretrizes que irão subsidiar a elaboração das estratégias, técnicas e regulamentações das unidades de Comunicação;

II - compor a equipe de elaboração e revisão do Planejamento Estratégico de Comunicação da FACSUR, quando necessário;
III - aprovar juntamente com a Direção da FACSUR, o Planejamento Estratégico de Comunicação da IES e encaminha-lo ao Conselho Superior;
IV - acompanhar a execução do Planejamento Estratégico de Comunicação da FACSUR; e
V - criar grupos de trabalho para discutir e propor regulamentações sobre temáticas específicas.
VI - estruturar um birô de atendimento de campanhas e projetos de Comunicação, com o objetivo de promover a sinergia entre as unidades, garantindo os fluxos comunicacionais em rede.
§ 2º O instrumento utilizado para exercício destas funções será o Planejamento Estratégico de Comunicação da FACSUR, que deverá conter os Planos de Comunicação do campus.
§ 4º Os discentes participantes de atividades de comunicação devem estar sob supervisão do Coordenador do Núcleo de Comunicação da FACSUR. Essas atividades devem estar alinhadas ao Planejamento Estratégico de Comunicação da IES.
Art. 12 Irão compor o Núcleo de Comunicação da FACSUR as Coordenações dos cursos no intuito de desenvolver e divulgar atividades de Ensino, Iniciação científica e Extensão, nas quais os objetivos visem o atendimento das demandas do programa de comunicação e planejamento estratégico de comunicação.
§ 1º As coordenações devem atender as demandas de comunicação através de fluxos pré-estabelecidos.
§ 2º Os processos e produtos fornecidos pelas coordenações de curso podem integrar a programação, a veiculação e as mídias institucionais.
Art. 13 Os gestores do site e das redes sociais realizam os processos operativos do Núcleo de Comunicação da Instituição.
§ 1º As práticas de produção e veiculação de conteúdos de Comunicação podem ser derivadas das demandas da própria IES, ou articuladas com o Núcleo de Comunicação.
§2º O Coordenador da CPA e o Ouvidor participam das atividades do Núcleo de Comunicação trazendo insumos para melhoria do setor, além de alimentar o

Núcleo no sentido de informar e publicizar os dados coletados na Comunidade Acadêmica e na Comunidade externa.

§ 3º Os discentes participantes de atividades de Produção e Veiculação de conteúdos de Comunicação devem estar sob supervisão do Coordenador do Núcleo de Comunicação e os seus respectivos coordenadores ou professor indicado.

CAPÍTULO V
DAS COMPETÊNCIAS DO NÚCLEO

Art. 14: Compete ao Núcleo de Comunicação:

I – coordenar e supervisionar os programas institucionais de comunicação;

II – integrar os fluxos comunicacionais entre setores acadêmicos e administrativos;

III – monitorar indicadores de desempenho da comunicação institucional;

IV – produzir relatórios institucionais periódicos;

V – articular-se com a CPA para divulgação de resultados;

VI – assegurar transparência e publicidade institucional;

VII – propor melhorias estratégicas na comunicação institucional.

CAPÍTULO VI
DAS RESPONSABILIDADES

Art. 15 São corresponsáveis pela execução deste programa de Comunicação toda a Comunidade Acadêmica, especialmente os setores, departamentos que desempenham atividades de Comunicação.

Art. 16 E compromisso da Instituição e dos seus gestores a promoção da integração entre a estrutura administrativa e as atividades didático-pedagógicas da área (Ensino, Pesquisa/Iniciação Científica e Extensão).

CAPÍTULO VII
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 17 O Núcleo de Comunicação atuará como instância de governança dos programas institucionais de comunicação, os quais serão regulamentados em instrumentos próprios e complementares a este regulamento.

Art. 18 Este Regulamento, 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. 19 Os casos omissos a este Regulamento deverão ser deliberados pela Comissão do Programa de Comunicação.

Luzinete Pontes Brandão
Presidenta do CONSUP

da Faculdade Supremo Redentor de PINHEIRO