

RESOLUÇÃO Nº 09/2000, DE 09 DE NOVEMBRO DE 2000

Estabelece regulamentação genérica para veiculação de peças publicitárias e de propaganda no âmbito da UFMG.

O CONSELHO UNIVERSITÁRIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS, no uso de suas atribuições estatutárias, considerando o Parecer da Comissão Especial instituída pela Portaria nº 0081, de 26/01/99, resolve:

Art. 1º Estabelecer regulamentação genérica para veiculação de peças publicitárias e de propagandas no espaço físico e aéreo da UFMG.

§ 1º Os espaços físicos e aéreos compreendem as áreas administrativas, os *Campi* da Pampulha, da Saúde e do Núcleo de Ciências Agrárias/Montes Claros, bem como Unidades/Órgãos isolados da Instituição.

§ 2º Entende-se por peças publicitárias e de propaganda qualquer forma remunerada ou não de difusão de idéias referentes a produtos, campanhas, mercadorias ou serviços, mediante a utilização de quaisquer meios físicos, publicações em geral, inclusive eletrônicas, som e imagem.

Art. 2º É permitida a veiculação de peças publicitárias e de propaganda no âmbito da UFMG, desde que sejam respeitados os preceitos legais vigentes, no que couber, e atendidas as seguintes condições:

I - contribuam para a manutenção, realização ou aprimoramento das atividades desenvolvidas na Universidade;

II - estejam vinculadas a atividades de ensino, pesquisa e extensão da Universidade.

§ 1º Entende-se por preceitos legais as normas estabelecidas na presente Resolução, a Lei de Licitação Pública, a legislação federal, estadual e municipal e as Resoluções específicas de cada Unidade/Órgão.

§ 2º As peças publicitárias e de propaganda não relacionadas a parcerias ou a patrocínio de eventos e de outras atividades só poderão ser

veiculadas se previamente aprovadas pela Comissão Permanente de que trata o art. 6º da presente Resolução.

Art. 3º É vedada a veiculação, no âmbito da UFMG, de peças publicitárias e de propagandas que:

I - atentem contra princípios morais e éticos;

II - contenham discriminação de qualquer natureza, em especial no que se refere a sexo, gênero, religião e nacionalidade;

III - agridam valores referentes à família e ao ser humano;

IV - atentem contra o meio ambiente;

V - difundam produtos fumígenos e bebidas alcóolicas, cuja divulgação se restringirá à exposição única e exclusiva do produto em si, nos locais permitidos para sua comercialização;

VI - divulguem medicamentos e agrotóxicos, exceto quando vinculados à realização de eventos técnico-científicos, cujo programa e cujas formas de divulgação tenham sido aprovados pela instância máxima da Unidade/Órgão, ou pela Administração Central da Universidade.

Art. 4º É vedada a veiculação de qualquer peça publicitária ou de propaganda, bem como de logomarcas, exceto as que identificam a Instituição em:

I - papéis timbrados ou em documentos oficiais da UFMG;

II - capas de boletins e publicações similares;

III - fachadas de prédios, exceto na Praça de Serviços do *Campus* da Pampulha ou em locais previamente autorizados;

IV - prédios e áreas de preservação ambiental tombados, exceto em situações transitórias.

Art. 5º O Reitor instituirá Comissão Normativa Operacional, de caráter permanente, englobando representantes da Coordenadoria de Assuntos Comunitários (CAC), da Coordenadoria de Comunicação Social (CCS), do

Departamento de Planejamento Físico e Obras (DPFO), do Departamento de Serviços Gerais (DSG) e da Procuradoria Jurídica (PJ), à qual competirá elaborar e fazer cumprir o Código de Normas para Veiculação de Peças Publicitárias e de Propaganda, Patrocínios e Apoios, no âmbito da UFMG.

Parágrafo único - A fixação de peças publicitárias e de propagandas deve obedecer aos princípios estabelecidos pela Comissão, preservando a qualidade ambiental, visual e sonora dos espaços da UFMG e adjacências.

Art. 6º O Reitor instituirá Comissão Permanente, à qual competirá decidir sobre consultas, dúvidas e conflitos surgidos a partir da aplicação do Código de Normas para Veiculação de Mensagens Publicitárias e de Propaganda, Patrocínios e Apoios, na UFMG.

Parágrafo único - A Comissão prevista no *caput* deste artigo será composta de cinco membros, observado o seguinte:

I - deverão ser referendados pelo Conselho Universitário os nomes indicados pelo Reitor;

II - será garantida a participação dos três segmentos da Universidade;

III - será vedada a participação de pessoas que estejam exercendo cargo de direção na Universidade;

IV - será de 3 (três) anos o mandato dos representantes de que trata o presente artigo;

V - será descontraído o mandato dos integrantes da Comissão em sua primeira composição, de forma que três terão mandato de três anos e dois, mandato de dois anos.

Art. 7º Cada Unidade Acadêmica e Órgão Suplementar poderá instituir Comissão nos mesmos moldes estabelecidos no art. 6º, com a finalidade de elaborar proposta que será objeto de resolução específica, observado o Código de Normas mencionado no art. 5º, cuja aprovação caberá às seguintes instâncias:

I - as resoluções das Unidades Acadêmicas deverão ser aprovadas por suas respectivas Congregações;

II - as resoluções dos Órgãos Suplementares deverão ser aprovadas por seu respectivo Conselho Diretor.

Art. 8º Cada projeto de veiculação de peças publicitárias e de propaganda deverá necessariamente conter o plano de aplicação dos recursos a serem arrecadados.

Parágrafo único - Do valor total arrecadado com as peças publicitárias e de propaganda, um percentual de 2% (dois por cento) será destinado à Universidade, para aplicação em atividades de fomento acadêmico e de formação e treinamento de recursos humanos.

Art. 9º Os projetos de veiculação de peças publicitárias e de propaganda, bem como seus respectivos planos de aplicação de recursos serão aprovados:

I - pelo Conselho de Diretores, quando de iniciativa de órgãos da Reitoria;

II - pela Congregação, quando de iniciativa da Unidade;

III - pelo Conselho Diretor, quando de iniciativa de Órgão Suplementar.

Art. 10. As pessoas físicas ou jurídicas que não se enquadrarem na classificação de Agenciadores de Propaganda ou de Agências de Propaganda não farão jus a pagamento de comissão pela parte interessada na veiculação de peças publicitárias e de propaganda no âmbito da UFMG.

Art. 11. As peças publicitárias e de propagandas já existentes nos espaços da UFMG deverão, no prazo de cento e vinte dias a partir da publicação da presente Resolução, ser adequadas às normas estabelecidas.

Art. 12. A presente Resolução entra em vigor na data de sua publicação no Boletim da UFMG.

Prof. Francisco César de Sá Barreto
Presidente do Conselho Universitário