



Universidade Federal do Pará

PLANO DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN (PCP)

2022 - 2025

Projeto:



PROPLAN

Pró-Reitoria de Planejamento
e Desenvolvimento Institucional | UFPA

Belém - Pará – Brasil



Universidade Federal do Pará

Reitor

Emmanuel Zagury Tourinho

Vice-Reitor

Gilmar Pereira da Silva

Secretário-Geral

Marcelo Quintino Galvão Baptista

Pró-Reitor de Administração

Raimundo da Costa Almeida

Pró-Reitora de Ensino de Graduação

Marília de Nazaré de Oliveira Ferreira

Pró-Reitor de Extensão

Nelson Jose de Souza Junior

Pró-Reitor de Desenvolvimento e Gestão de Pessoal

Ícaro Duarte Pastana

Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação

Maria Iracilda da Cunha Sampaio

Pró-Reitora de Planejamento e Desenvolvimento Institucional

Cristina Kazumi Nakata Yoshino

Pró-Reitor de Relações Internacionais

Edmar Tavares da Costa

Prefeito

Eliomar Azevedo do Carmo

Procuradora-Geral

Fernanda Ribeiro Monte Santo Andrade

PRÓ-REITORIA DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

❖ PRÓ-REITORA

- ✓ Cristina Kazumi Nakata Yoshino

❖ DIRETORIAS:

- ✓ **Diretor de Planejamento (DIPLAN)**
Carlos Max Miranda de Andrade
- ✓ **Diretora de Informações Institucionais (DINFI)**
Jaciane do Carmo Ribeiro
- ✓ **Diretora de Avaliação Institucional (DIAVI)**
Maria Lúcia Harada
- ✓ **Diretora de Gestão Estratégica (DIGEST)**
Huderson Alexandre Souza de Melo

Quadro de Pessoal da PROPLAN- Agosto/2022

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| • Ana Carla Macedo da Silva | • Lianne Cristina de O. Cabral Sena |
| • Allan Barroso Pinheiro | • Lorena Suely P. da Silva Lopes |
| • Aluízio Marinho Barros Filho | • Lucas Batista Figueira |
| • Adriano Andrade Silva | • Luciana Neves Bentes |
| • Arthur Lima Sampaio de Souza | • Márcio Augusto da Cruz Almeida |
| • Charles Eduardo de A. Vieira | • Maria da Conceição G. Ferreira |
| • Cristiane de Araújo Teixeira | • Patrícia Vilhena da Costa |
| • Diene Fernanda Baía Teixeira | • Rômulo Robledo Ferreira |
| • Diogo Cesar Benassuly Cardoso | • Sara Patrício Martins |
| • Fagner Santos da Silva | • Suelem Torres de Freitas |
| • Higor Henrique G. de O. de Souza | • Thiago Lobo Rodrigues |
| • José Deusimar G. G. da Silva | • Thiago Borges Lobato Gonçalves |

Quadro de Bolsistas da PROPLAN- Agosto/2022

- Adrya Rebeca Gomes Leal
- Ana Beatriz Barata Coelho
- Juliane Costa Amaral
- Paloma Pinheiro Ferreira

SUMÁRIO		Pag
01	APRESENTAÇÃO.....	06
02	INTRODUÇÃO.....	07
2.1	Missão da Proplan.....	07
2.2	Visão da Proplan.....	07
2.3	Princípios da Proplan.....	07
3	OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN.....	08
3.1	Geral.....	08
3.2	Específicos.....	08
3.2.1	Público Interno.....	08
3.2.2	Público Externo.....	09
4	LOGOMARCA DA PROPLAN.....	09
5	POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN.....	09
5.1	Fortalecimento e defesa da imagem.....	10
5.2	Unicidade do discurso.....	10
5.3	Qualificação da informação.....	10
5.4	Participação interna.....	10
5.5	Estímulo a parcerias.....	11
6	PÚBLICOS DE INTERESSES DA PROPLAN.....	11
6.1	Público Interno.....	11
6.2	Público Externo.....	11
7	MEIOS E CANAIS DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN.....	11
8	TIME DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN.....	14
9	OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL.....	15

9.1	Descrição do Objetivo.....	15
9.2	Responsável pelo Objetivo.....	16
9.3	Indicador do Objetivo.....	16
9.4	Mapa Estratégico da UFPA 2016 – 2025.....	16
10	INICIATIVAS TÁTICAS DE CONTRIBUIÇÃO DA PROPLAN.....	16
11	AÇÕES RELACIONADAS AO OBJETIVO DE CONTRIBUIÇÃO....	17
11.1	Otimizar o Site da Proplan.....	17
11.2	Adequação da área de Comunicação.....	17
11.3	Atualizar e desenvolver a presença em mídias sociais.....	17
11.4	Aplicar uma pesquisa de imagem da Proplan.....	18
12	ANEXOS.....	19
...	...	
12.1	Portaria 001/2023.....	19
12.2	Termo de Abertura do Projeto.....	20

1. APRESENTAÇÃO

O Plano de Comunicação da Proplan (PCP) tem como gênese o Plano de Desenvolvimento da Unidade – PDU (2022-2025) que inspirou a criação do projeto Fala Proplan, cuja justificativa prevê: a) a aproximação junto as partes interessadas da Proplan; b) propiciar mais transparência acerca dos produtos e processos desenvolvidos pela Unidade; c) promover a imagem e funcionamento da Proplan junto aos seus demandantes e, d) contribuir para o cumprimento de objetivo estratégico institucional e tático da Pró-Reitoria.

A construção do PCP buscará ainda facilitar o acesso às informações da Proplan, promovendo sua imagem e funcionamento junto aos seus pares por meio dos seus canais de comunicação, com linguagem clara e acessível, informações sobre o seu papel, ações e iniciativas, fortalecendo a transparência e o acesso aos seus serviços e produtos.

O PCP é dirigido aos públicos interno e externo da Proplan. Tem como proposta básica estabelecer diretrizes, objetivos, orientações e estratégias para a prática da comunicação e divulgação das ações da Unidade.

O Plano possui papel fundamental para o alcance das metas e objetivos estratégicos de curto, médio e longo prazo traçados no Planejamento Tático. A implantação da estratégia exige que servidores estejam alinhados e comprometidos com o referencial estratégico da Unidade, por isso é necessário aproximar o referencial estratégico dos servidores, colaboradores, comunidade universitária e parceiros para que todos conheçam verdadeiramente o ambiente interno e quais os meios que poderão ser utilizados para acessar os serviços e produtos da Proplan, intensificando o relacionamento com os seus vários públicos.

O presente trabalho não tem a pretensão de esgotar o assunto ou as ações de comunicação, haja vista que foi realizado por uma equipe leiga no assunto que, por meio de pesquisa, buscou trazer a melhor contribuição possível, neste contexto, o Plano será o instrumento de gestão utilizado para traduzir a política de comunicação da Pró-Reitoria num conjunto de ações coerentes e ordenadas.

2. INTRODUÇÃO

O Plano de Comunicação (PCP) da Proplan, contempla as diretrizes e estratégias de comunicação inerentes à atuação da Pró-Reitoria de Planejamento e Desenvolvimento Institucional – Proplan, para o alcance dos objetivos e das metas da Unidade consignadas no Plano de Desenvolvimento da Unidade – PDU (2022-2025).

Assegurando a integração dos canais de comunicação para a realização estratégica da missão, dos princípios e da visão da Proplan, o PCP institui a gestão e redimensiona a gerência dos fluxos comunicacionais, dando maior publicidade à atuação da Pró-Reitoria com ênfase à divulgação dos seus atos, decisões, programas e ações, proporcionando maior reflexão sobre sua importância, internalizada com base nos princípios da transparência, ética e compromisso com os servidores e públicos de interesse.

O Plano contribuirá para a gestão de rotinas, na busca de classificar e qualificar a informação, gerar conhecimento e cuidar do relacionamento da Proplan com seus pares. O grande desafio é comunicar, clara e objetivamente, o modelo de gestão estratégica adotado, tanto para o público interno como para o externo.

2.1 Missão da Proplan:

Impulsionar, de forma articulada, a gestão das estratégias para o desenvolvimento institucional sustentável.

2.2 Visão da Proplan:

Ser reconhecida como uma Pró-Reitoria de excelência na proposição e promoção da política de planejamento e desenvolvimento institucional, de modo inovador e sustentável.

2.3 Princípios da Proplan:

- Ética;

- Inovação;
- Transparência;
- Trabalho em equipe;
- Zelo com a coisa pública;
- Compromisso institucional;
- Visão sistêmica e estratégica; e
- Responsabilidade socioambiental.

3. OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN

3.1 Geral

Aprimorar a comunicação com os diversos públicos da Proplan por meio de uma linguagem clara e acessível, em todos os suportes, plataformas e meios de comunicação disponíveis.

3.2 Específicos

3.2.1 Público Interno

- Criar e consolidar fluxos de comunicação que promovam a interação entre gestores, servidores, bolsistas e colaboradores, despertando em cada um o sentimento de pertencimento e maior integração ao processo de comunicação, como reconhecimento dos esforços e valorização das iniciativas;
- Desenvolver a consciência de que a responsabilidade de contribuir para a boa imagem da Proplan perante a comunidade universitária também é reflexo das atitudes e comportamentos individuais;
- Internalizar a cultura da interação com o público-alvo, vitais ao processo de sustentabilidade da Unidade, apoiando a comunicação direta dos gestores com as equipes e a comunicação dirigida, ampliando os espaços de interlocução e de participação interna e, assim, sedimentar os princípios da Pró-Reitoria;

- Promover a consolidação da imagem da Proplan como Pró-Reitoria de excelência na proposição e promoção da política de planejamento e desenvolvimento institucional, de modo inovador e sustentável, acessível aos diversos públicos de interesse.

3.2.2 Público Externo

- Fortalecer a interação da Proplan com o público externo, por meio de um esforço conjunto de comunicação;
- Ampliar e consolidar o relacionamento da Proplan com outras organizações da sociedade, viabilizando canais de feedback, como forma de sinalizar a manutenção e ajustes das ações institucionais; e
- Dar maior transparência às ações da Proplan com ampla divulgação aos variados públicos da política de planejamento e desenvolvimento institucional, gestão das estratégias e os serviços colocados à disposição, indispensáveis à positivação da imagem da Proplan.

4. LOGO DA PROPLAN

A logo que identifica a Proplan foi criada pelo Projeto *Branding* da UFPA. A logo deve, sempre que possível, ser utilizada, associada com a logo da UFPA, nos documentos, apresentações, banners, site, *fanpage*, mídias sociais, cartazes e em todos os meios de comunicação possíveis de serem utilizados a fim de massificar a identidade da Unidade entre os seus públicos interno e externo.



Figura 1: Logomarca que identifica a PROPLAN

5. POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN

A Política de Comunicação da Proplan deve ser continuamente avaliada de a fim de incorporar as mudanças que possivelmente venham a ocorrer nos objetivos estratégicos da UFPA e nas demandas de seus públicos de interesse. Deve ainda ser reexaminada face às mudanças que têm sido significativas e aceleradas nos sistemas e processos de comunicação, decorrentes, sobretudo, da revolução ocasionada pelo desenvolvimento de novas tecnologias.

Baseada nas premissas citadas anteriormente, a consolidação da imagem positiva da Proplan e a orientação acerca do seu papel, o funcionamento e suas atividades serão norteadas pela seguinte Política de Comunicação:

5.1 Fortalecimento e defesa da imagem

A conscientização de todos os integrantes da Pró-Reitoria quanto à responsabilidade da imagem da Proplan, de maneira íntegra e não fragmentada, é de suma importância, o que requer adoção de programas de identidade visual consistente, devendo, também, protegê-la no relacionamento com seus parceiros.

5.2 Unicidade do discurso

O discurso da Unidade, em todos os níveis funcionais e hierárquicos, deve se apresentar uníssono, favorecendo uma só leitura pelos distintos públicos de interesse.

5.3 Qualificação da informação

Adequação de mensagens, linguagens e canais de comunicação aos diferentes tipos de públicos, observando a acessibilidade, com a utilização de diversos meios e ferramentas tecnológicas de comunicação, vedada a promoção pessoal.

5.4 Participação interna

A participação da Pró-Reitora, Secretaria Executiva, Diretores, Coordenadores, servidores e colaboradores possibilita a criação de um ambiente favorável para a livre circulação de ideias e ações, garantindo acesso rápido às informações de interesse e a conscientização de todos os níveis funcionais e hierárquicos sobre a importância da comunicação como fator de desenvolvimento da Unidade.

5.5 Estímulo a parcerias

A comunicação envolve a capacidade de articulação e produção, além de estimular o trabalho cooperativo, estabelecer parcerias com outras Unidades e Subunidades, pautadas pela convergência de objetivos e pela complementaridade de esforços, com a finalidade de ampliar o atendimento ao público de interesse.

6. PÚBLICOS DE INTERESSES DA PROPLAN

O público é o conjunto a que se destinam as ações de comunicação, cujos interesses são alcançados pelas ações da Proplan e seus atos afetam direta ou indiretamente a UFPa.

6.1 Público Interno

Abrange os envolvidos na operação da Proplan: gestores, servidores, bolsistas, colaboradores, enfim, todas as pessoas que pertencem à estrutura organizacional.

6.2 Público Externo

São todos os outros grupos que se relacionam com a Proplan sem pertencerem à sua estrutura organizacional, participando de suas atividades ou suprimindo suas necessidades de informações, produtos e serviços, tais como: gestores, servidores, bolsistas e colaboradores da Reitoria, Pró-Reitorias,

Órgãos Suplementares, Unidades Regionais, Unidades e Subunidades Acadêmicas, Unidades Acadêmicas Especiais, Assessorias; Discentes, Órgãos Públicos, Organizações Privadas e Sociedade Civil.

7. MEIOS E CANAIS DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN

A estratégia de divulgação faz uso de mecanismos via alguns meios e canais de comunicação multimídia. O Plano de Comunicação da Proplan se apoia no uso coordenado de algumas mídias, das tradicionais até as novas tecnologias de informação. O emprego de novas tecnologias potencializa troca de informações rápida, eficaz e atualizável, em curto intervalo de tempo e baixa aplicação de recursos.

Os canais de comunicação da Proplan transmitem conhecimento acerca das ações desenvolvidas pela Pró-Reitoria, fomentando a transparência.

Para o público externo, as informações, de um modo geral, estão disponibilizadas no site da Proplan, com acesso irrestrito via endereço eletrônico: <http://www.proplan.ufpa.br/site/> e também por meio da *fanpage* cujo endereço eletrônico é: <https://www.facebook.com/proplan.ufpa.oficial/>, conforme figuras 02 e 03, respectivamente, além de prever a criação de uma conta na rede social *Instagram*, prevendo políticas, rotinas para postagem (divulgação), atualização e monitoramento das interações com o público interno e externo.



Fig. 02: Site oficial da Proplan



Fig. 03: Fanpage oficial da Proplan

Além desses canais, a Proplan utiliza também com o público externo os seguintes meios:

Canais e Meios de Comunicação - Externo	
01 Rede de Internet	02 Telefone
03 E-mail	04 Memorando
05 Ofício	06 WhatsApp
07 Divulga	08 Portal da UFPA
09 Videoconferência	10 Correspondências
11 Palestras	12 Workshops
13 Folders	14 Cartazes
15 Banners	16 Apresentações
17 Relatórios	18 Documentos diversos
19 Reuniões	20 Sistemas Tecnológicos e etc

Para o público interno, além dos canais acima mencionados, estão disponíveis atualmente os seguintes canais de comunicação:

Canais e Meios de Comunicação - Interno	
01 Rede de Internet	02 Telefone
03 E-mail	04 WhatsApp
05 Relatórios	06 Documentos
07 Palestras	08 Apresentações
09 Reuniões	10 Eventos e etc



8. TIME DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN

A razão principal de um processo de comunicação da estratégia é aumentar a consciência estratégica e o comprometimento de toda a equipe. É necessário envolver as pessoas para que elas percebam que a Proplan quer mudar, sendo a comunicação fundamental nesse processo. Todos os participantes devem agir e executar o que foi planejado de maneira integrada e continua, dessa forma, o time de comunicação envolve toda a Pró-Reitoria.

O Projeto de Comunicação, suas iniciativas estratégicas e ações devem contar com representantes ou agentes de comunicação, pessoa que, ao lado de suas atividades próprias, deve atuar como apoiadora das iniciativas de divulgação de sua Subunidade e da Proplan.

A constituição do time de comunicação da estratégia deve contemplar os seguintes papéis, responsabilidades e atores:

MATRIZ DO TIME DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN		
Papéis	Responsabilidades	Atores
Conselho de Comunicação	• Aprovar ou modificar o Plano de Comunicação da Proplan • Estabelecer a política geral de comunicação da Proplan • Definir a composição e o funcionamento do Grupo de Comunicação da Proplan	Pró-Reitoria, Secretária Executiva e Diretores

Grupo de Agentes de Comunicação	• Elaborar projeto de comunicação • Esboçar e propor materiais e ações de comunicação • Dar suporte à gestão do projeto de comunicação • Disseminar e incentivar cultura de comunicação • Acompanhar <i>feedback</i> informal do processo de comunicação • Compartilhar melhores práticas desenvolvidas no âmbito da unidade. • Coletar, gerar e compartilhar informações para a divulgação nos canais existentes.	Grupo designado pela Pró-Reitoria de Planejamento
--	--	--

Para maior participação e engajamento através de novos meios de condução do projeto induzida por novas gestões, a Coordenação do Grupo de Agentes de Comunicação será realizada pelo período de 2 anos onde haverá a sugestão de um novo Coordenador pelo Conselho de Comunicação, do mesmo modo será admitido a mudança de agentes neste mesmo período, sendo preferencialmente mantido o mínimo de 1 (um) agente de comunicação por diretoria.

9. OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

Aprimorar a comunicação institucional.

9.1 Descrição do Objetivo:

Aprimorar a comunicação com os diversos públicos da Instituição por meio de uma linguagem clara e acessível, em todos os suportes, plataformas e meios de comunicação disponíveis.

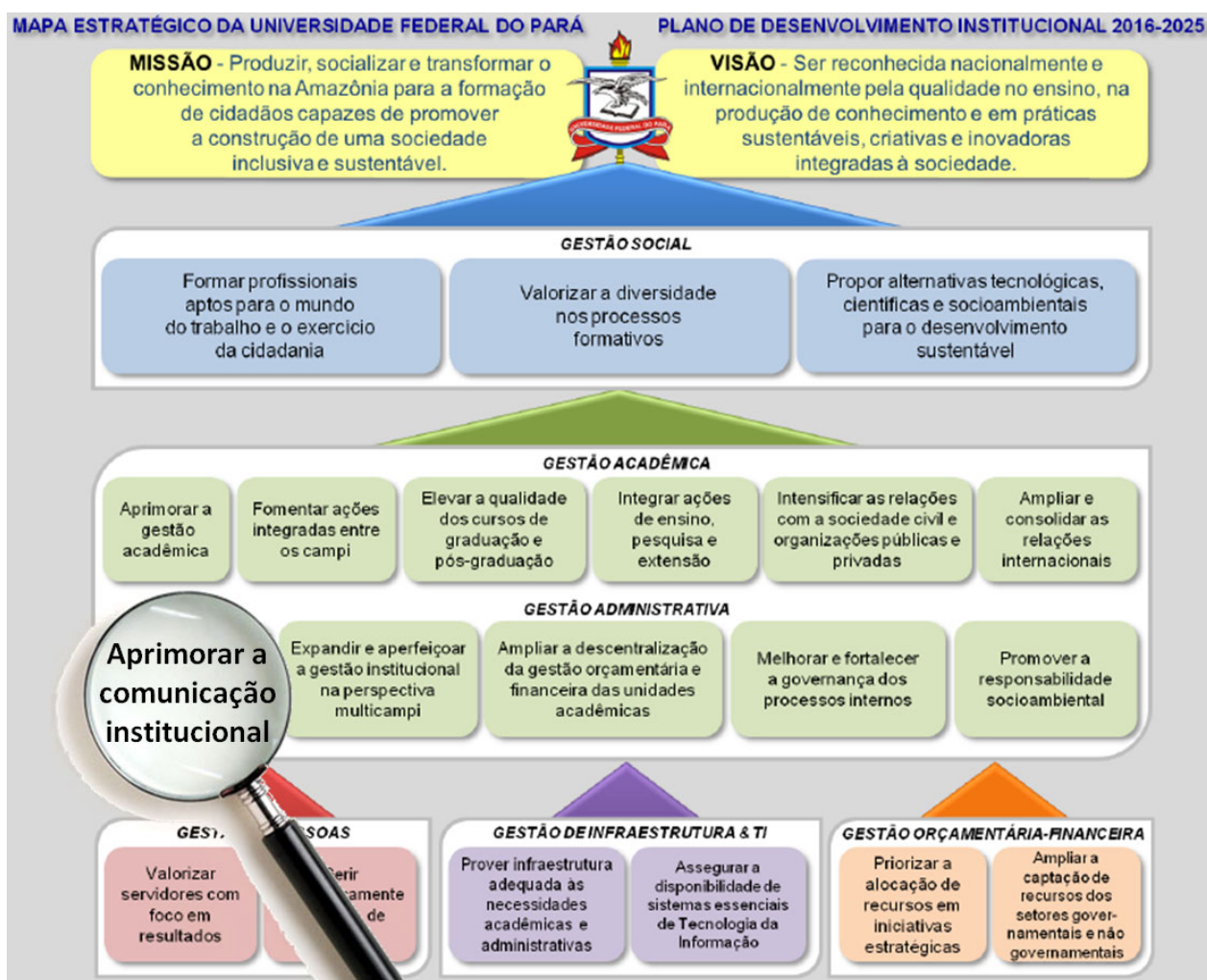
9.2 Responsável pelo Objetivo:

Assessoria de Comunicação Institucional (ASCOM)

9.3 Indicador relacionado ao Objetivo:

Índice de satisfação da comunicação institucional

9.4 Mapa Estratégico da UFPA 2016 - 2025



10 - INICIATIVAS TÁTICAS DE CONTRIBUIÇÃO DA PROPLAN

As iniciativas táticas de contribuição estão contidas no Plano de Desenvolvimento da Proplan (PDU) e traduzem os fins a serem perseguidos em âmbito interno para a melhoria da comunicação interna e externa, o cumprimento da missão e alcance da sua Visão de Futuro.

Objetivos Estratégicos PDI 2016-2025 UFPA	Iniciativas Táticas PDU	Fórmula	Ano Base 2021	Metas				Responsável
				2022	2023	2024	2025	
Aprimorar a comunicação institucional	Índice de interação nas redes sociais da Proplan com os seguidores	Índice de interação nas redes sociais da Proplan = $(V1 + V2) / (P1 + P2)$	10,41	12,00	14,00	16,00	17,00	Grupo de Comunicação
	Pesquisa de Imagem da PROPLAN (PIP)	% de satisfação da imagem da PROPLAN (Pesquisa)		-	70%	-	80%	Grupo de Comunicação

11 – AÇÕES RELACIONADAS AO OBJETIVO DE CONTRIBUIÇÃO

11.1 Otimizar o Site da Proplan

Utilização plena dos recursos do site da Proplan, visando dar transparência e visibilidade às ações da Proplan, incorporando novas ferramentas que possibilitam a identificação, captura, armazenamento, recuperação e distribuição de grandes quantidades de informações internas e externas, além de interligar indivíduos e equipes num ambiente integrado e que permita a colaboração.

11.2 Adequar área de Comunicação

Dotar a Proplan com pelo menos um cargo da área de comunicação, a fim de criar um Núcleo de Comunicação Interna/Externa e, dessa forma, manter um modelo de comunicação dinâmico, que proporcione satisfação aos públicos interno e externo.

11.3 Atualizar e desenvolver a presença em mídias sociais

Além de criar uma *Fanpage* para a Proplan com o objetivo de disponibilizar um recurso de interação e comunicação voltado especificamente para a divulgação dos serviços, produtos, eventos, palestras, fatos, entre outros acontecimentos relevantes aos públicos de interesse da Proplan, será incluída a inserção e atualização da presença da Proplan nas mídias sociais.

11.4 Aplicar uma pesquisa de imagem da Proplan

Aplicar o instrumento objetivando aprimorar a maneira como a Proplan dialoga com seus clientes internos, procurando melhorar sua imagem por meio de comunicação objetiva, clara e acessível com todos os seus públicos estratégicos, obtendo assim a percepção e conhecimento das partes interessadas sobre a Proplan.

11.5 Implantar sinalização padronizada dos ambientes, salas e corredores da PROPLAN

Definição de um padrão de sinalização para os corredores e para as portas das salas internas da PROPLAN, com o intuito de facilitar a localização do público que visita a Unidade. A sinalização nas portas deverá conter a sigla e texto em extenso do nome das subunidades que estão alocadas em cada sala interna da PROPLAN.

11.6 Estabelecer parâmetros mínimos nas assinaturas dos e-mails da equipe da PROPLAN

Definição de itens mínimos que devem conter nas assinaturas de e-mails dos membros da equipe de trabalho da PROPLAN, tais como nome, ramal e subunidade. Esta iniciativa visa padronizar e facilitar a comunicação por e-mail da equipe da PROPLAN com outros atores institucionais.

11.7 Criar uma seção de “Perguntas Frequentes” no site da PROPLAN

Publicação de posts na Fanpage com respostas a perguntas que são feitas frequentemente acerca das áreas de atuação da PROPLAN.

11.8 Integrar site da DIAVI/CPA dentro do site da PROPLAN

Realizar atividade integradora de portais, onde o site da DIAVI/PA esteja disponível em links de direcionamento ou migração do portal e seus respectivos conteúdos para o site da Pró-reitoria de Planejamento Institucional.

11.09 Criar listas próprias de e-mails para envio de comunicados para grupos específicos (no mesmo estilo do DIVULGA UFPA)

- ✓ Divulga PROPLAN - Banco de Professores;
- ✓ Divulga PROPLAN – CPGAs;
- ✓ Divulga PROPLAN – Unidades Acadêmicas;
- ✓ Divulga PROPLAN – PGO e Orçamento;
- ✓ Divulga PROPLAN – Planejamento Institucional.

11.10 Criar um boletim informativo das atividades da Proplan.

Criar um boletim informativo preferencialmente mensal, com o resumo dos eventos, acontecimentos e data importantes que marcaram as atividades da PROPLAN no período, sendo enviado em formato digital aos servidores da pró-reitoria com o intuito de mantê-los informados e comunicados das ações realizadas e vinculando a imagem da PROPLAN.

12 - ANEXOS

12.1 Portaria nº 1/2023



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
PRO-REITORIA DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

PORTARIA DE DESIGNAÇÃO Nº 1/2023 - PROPLAN (11.73)

Nº do Protocolo: 23073.017484/2023-72

Belém-PA, 14 de março de 2023.

A PRÓ-REITORA DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ, no uso de suas atribuições legais e estatutárias,

RESOLVE:

Constituir o GRUPO DE COMUNICAÇÃO, desta PROPLAN, integrada pelos servidores abaixo relacionados:

Presidente:

HIGOR HENRIQUE GOMES DE OLIVEIRA DE SOUZA – Administrador – DIPLAN

Membros:

FAGNER SANTOS DA SILVA – Coordenador de Modernização Administrativa - DIPLAN

ALLAN BARROSO PINHEIRO – Coordenador de Estudos Estratégicos – DIGEST

DIOGO CÉSAR BENASSULY CARDOSO – Coordenador de Pesquisa Institucional - DINFI

DIENE FERNANDA BAÍA TEIXEIRA – Administradora - DIAVI

LIANNE CRISTINA DE O. CABRAL SENA – Secretária Executiva - PROPLAN

(Assinado digitalmente em 14/03/2023 16:30)
CRISTINA KAZUMI NAKATA YOSHINO
PRÓ-REITOR(A) DE PLANEJ E DESEN INSTT. - TITULAR
PROPLAN (11.73)
Matricula: #0098663

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sipac.ufpa.br/public/documentos/index.jsp> informando seu número: 1, ano: 2023, tipo: PORTARIA DE DESIGNAÇÃO, data de emissão: 14/03/2023 e o código de verificação: 2a81e34a63

12.1 Termo de Abertura do Projeto

  Pró-Reitoria de Planejamento e Desenvolvimento Institucional UFPA	TERMO DE ABERTURA DO PROJETO (TAP)	
	Título do Projeto: <i>Nome resumido do projeto.</i>	FALA PROPLAN
	Unidade Responsável: <i>Responsável pela aprovação e acompanhamento do projeto.</i>	PROPLAN
	Subunidade(s) Responsável(eis): <i>Responsável pela coordenação e execução do projeto.</i>	DIPLAN

1 ESPECIFICAÇÃO DO PROJETO

1.1 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICO
<u>Objetivo Geral:</u> Aprimorar a comunicação com os públicos interno e externo a Proplan por meio de uma linguagem clara e acessível, em todos os suportes, plataformas e meios de comunicação disponíveis. <u>Objetivos Específicos:</u> <u>1 - Público Interno:</u> • Criar e consolidar fluxos de comunicação que promovam a interação entre gestores, servidores, bolsistas e colaboradores, despertando em cada um o sentimento de pertencimento e maior integração ao processo de comunicação, como reconhecimento dos esforços e valorização das iniciativas. • Desenvolver a consciência de que a responsabilidade de contribuir para a boa imagem da Proplan perante a comunidade universitária também é reflexo das atitudes e comportamentos individuais. • Internalizar a cultura da interação com o público-alvo, vitais ao processo de sustentabilidade da Unidade, apoiando a comunicação direta dos gestores com as equipes e a comunicação dirigida, ampliando os espaços de interlocução e de participação interna e, assim, sedimentar os princípios da Pró-Reitoria. • Promover a consolidação da imagem da Proplan como Pró-Reitoria de excelência na proposição e promoção da política de planejamento e desenvolvimento institucional, de modo inovador e sustentável, acessível aos diversos públicos de interesse.

2 - Público Externo:

- Fortalecer a interação da Proplan com o público externo, por meio de um esforço conjunto de comunicação.
- Ampliar e consolidar o relacionamento da Proplan com outras organizações da sociedade, viabilizando canais de feedback, como forma de sinalizar a manutenção e ajustes das ações institucionais.
- Dar maior transparência às ações da Proplan com ampla divulgação aos variados públicos da política de planejamento e desenvolvimento institucional, gestão das estratégias e os serviços colocados à disposição, indispensáveis à positivação da imagem da Proplan.

1.2 JUSTIFICATIVA

Necessidade de buscar aproximação junto as partes interessadas da Proplan; propiciar mais transparência acerca dos produtos e processos desenvolvidos pela Proplan; Promover a imagem e funcionamento da Proplan junto aos seus demandantes; Contribuir para o cumprimento de objetivo estratégico institucional e tático da Proplan.

1.4 NOME DO INDICADOR IMPACTADO

Indicador Estratégico:
Índice de satisfação da comunicação institucional

Indicador Tático:
Pesquisa de Imagem da PROPLAN (PIP)

1.5 PÚBLICO-ALVO

Público Interno (servidores da unidade) e Público Externo (demais unidades da UFPA e comunidade acadêmica que demande informações da Proplan).

1.6 PARCERIAS

-

1.7 VIGÊNCIA

Início da Vigência do Projeto:

2022

Término da Vigência do Projeto:

2025

2 EQUIPE DO PROJETO

NOME	VÍNCULO COM A UFPA (1) Servidor (2) Estagiário (3) Outro	SUBUNIDADE/UNIDADE DE LOTAÇÃO	FUNÇÃO NO PROJETO (1) Diretor (2) Coordenador (3) Vice Coordenador (4) Assistente (5) Outro (identificar)
Allan Cardoso Pinheiro	1	DIGEST	Orientador / Elaborador
Diene Baía Teixeira	1	DIAVI	Orientadora / Elaboradora
Diogo Benassuly Cardoso	1	DINFI	Orientador / Elaborador / Facilitador de TI

Fagner Santos Silva	1	DIPLAN	Orientador / Elaborador
Lianne C. de O. Cabral	1	PROPLAN	Orientadora / Elaboradora
Higor Henrique de Souza	1	DIPLAN	Coordenador

3 CRONOGRAMA FÍSICO

Item	Sub Item	ATIVIDADES	OUTRAS INFORMAÇÕES	DATA INÍCIO	DATA FIM
1		Divulgar o Projeto de Comunicação		08/2022	04/2023
	1.1	Redefinir os membros equipe		08/2022	08/2022
	1.2	Reunir com o Time de Comunicação		08/2022	08/2022
	1.3	Revisar o Projeto Atual		09/2022	09/2022
	1.4	Propor Alterações e Inclusões no projeto		09/2022	03/2023
2		Elaborar Plano de Ação		08/2022	05/2023
3		Elaborar Cronograma de Ações		08/2022	07/2023
4		Aplicar e Comunicar Pesquisa de Comunicação Interna		10/2022	03/2023
5		Definir metodologia e aplicar para pesquisa de comunicação Externa		04/2023	12/2023
	5.1	Aplicar Pesquisa de Comunicação Externa		10/2023	10/2023
	5.2	Divulgar Resultado da Pesquisa de Comunicação Externa		12/2023	12/2023

4. CUSTOS

4.1 AQUISIÇÕES/CONTRATAÇÕES NECESSÁRIAS				
Descrição do Item	Custeio ou Capital?	Fonte do Recurso (1) Própria Unidade (2) Outra Unidade (qual?) (3) Externa (qual?)	Estimativa De Preço R\$	Justificativa ¹
Bolsista da área de comunicação / marketing,	Custeio	1	10.0000,00	Auxiliar a gestão da comunicação nos meios de interação com o público-alvo. Previsto no início do segundo semestre de 2023 até o início do segundo semestre de 2024.
Quadro de Avisos para ser afixado no	Capital	1	1.500,00	Facilitar a comunicação visual para assuntos de rotina ou destaque.

¹ A justificativa deve estar relacionada à consecução de uma ou mais atividades do cronograma físico.

corredor da PROPLAN				
Letreiros indicadores e Banners para promoção da PROPLAN	Custeio	1	4.500,00	Melhor comunicar a localização da PROPLAN e suas diretorias, além de fortalecer a marca/imagem da Proplan.
4.2 CUSTOS TOTAIS				
Haverá Custo Financeiro Direto?	NÃO ()	SIM (X)		
		Valor Total Previsto	R\$16.000,00	
		Capital	R\$1.500,00	
		Custeio	R\$14.500,00	

4 APROVAÇÃO DO PROJETO

Versão	Descrição	Data	Aprovado Por: