

PLANO FALA PROPLAN 2026-2028

BELEM - PARÁ - BRASIL



PROPLAN
Pró-Reitoria de Planejamento
e Desenvolvimento Institucional | UFPA

PLANO
FA LA
PROPLAN
2026-2028

ORGANIZAÇÃO E ELABORAÇÃO

Comissão do Fala PROPLAN (Portaria de Designação nº 1/2026 - PROPLAN)

Cristian Mayko Carvalho da Costa – Pró-Reitor de Planejamento

Thiago Borges Lobato Gonçalves – Administrador / DIGEST – Presidente da Comissão do FALA PROPLAN

Sara Patricio Martins – Administradora / DIPLAN

Sandy Andrade Faro – Analista de Sistemas / DINFI

Diene Fernanda Baía Teixeira – Administradora / DIAVI

Lianne Cristina De O. Cabral Sena – Secretária Executiva / PROPLAN

Design da Capa e Diagramação

Monique Ferreira da Silva - Estagiária de Artes Visuais

Versão do documento

1.2 – 08/05/2026

SUMÁRIO

ORGANIZAÇÃO E ELABORAÇÃO	03
1 INTRODUÇÃO	06
2 DEFINIÇÃO DE CONCEITOS	08
3 OBJETIVOS	10
3.1 GERAL.	11
3.2 ESPECÍFICOS	11
3.2.1 PÚBLICO INTERNO	11
3.2.2 PÚBLICO EXTERNO	11
4 PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO DA PROPLAN	12
5 IDENTIDADE VISUAL DA PROPLAN	15
5.1 Logotipo da PROPLAN	16
5.2 Tipografia Padrão	17
5.3 Paleta de Cores de Referência	18
5.4 Boas Práticas para Redes Sociais e Materiais Gráficos	19
6 CANAIS DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN	21
6.1 Site da PROPLAN (proplan.ufpa.br)	22
6.2 Redes Sociais (Facebook e Instagram)	22
6.3 WhatsApp Institucional 15	23
6.4 E-mails	24
6.5 Telefones	24
6.6 Sistemas Internos (SIG, SIPAC, SAGITTA, SINPEG, SISPLAD, etc)	25
6.7 DIVULGA UFPA	25

6.8	Portal da UFPA (portal.ufpa.br)	26
6.9	Redes Sociais da UFPA	26
6.10	Encontros e Eventos Institucionais (Reuniões, Videoconferências, Palestras e Eventos)	27
6.11	Materiais Gráficos e de Sinalização (Folders, Banners e Cartazes) 19	28
6.12	Documentos Institucionais e de Prestação de Contas (Relatórios, Correspondências e Documentos Diversos)	28

7	RESPONSABILIDADES NA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA PROPLAN	30
----------	--	-----------

7.1	Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento Institucional	31
7.2	Comissão do Fala PROPLAN	31
7.3	Demais Servidores e Colaboradores (Agentes de Comunicação Diária)	31

8	COMUNICAÇÃO NO PLANEJAMENTO TÁTICO DA PROPLAN E ESTRATÉGICO DA UFPA	34
----------	--	-----------

9	PLANO DE AÇÕES	36
----------	-----------------------	-----------

10	AVALIAÇÃO DO PLANO	40
-----------	---------------------------	-----------



1

INTRODUÇÃO

O presente documento apresenta o Plano de Comunicação da Pró-Reitoria de Planejamento e Desenvolvimento Institucional (PROPLAN) da Universidade Federal do Pará (UFPA) para o período de 2026 a 2028. Este plano constitui o instrumento central de gestão do Projeto Fala PROPLAN, uma iniciativa estratégica desenhada para profissionalizar, integrar e dar transparência aos fluxos informacionais da unidade.

Este ciclo de planejamento representa uma evolução natural do "Plano Fala PROPLAN 2022-2025". Enquanto o ciclo anterior focou na estruturação inicial, o período 2026-2028 tem como foco a consolidação da imagem da PROPLAN como um setor de excelência e inovação na gestão pública. Vale destacar que, ao final de 2025, o projeto passou por uma renovação em sua governança, com a substituição da presidência da comissão após dois anos de gestão, garantindo novo fôlego e perspectivas atualizadas para os desafios comunicacionais da unidade.

Estrategicamente, este plano está intrinsecamente ligado ao Plano de Desenvolvimento da Unidade (PDU) da PROPLAN e, em instância superior, ao Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da UFPA. É imperativo notar, contudo, o contexto de transição em que este documento é elaborado. O novo PDI da UFPA (2026-2035) encontra-se em fase final de elaboração, com previsão de conclusão ao longo do ano de 2026. Consequentemente, o novo ciclo de elaboração dos PDUs das unidades — incluindo o da PROPLAN — ocorrerá na sequência.

Diante da prorrogação da vigência dos instrumentos de planejamento anteriores para cobrir o ano de 2026, a comunicação da PROPLAN não poderia sofrer descontinuidade. Portanto, este Plano de Comunicação foi desenvolvido como uma "ponte estratégica": ele adota as bases sólidas do PDI e PDU vigentes até 2025, mas já incorpora tendências e mudanças previstas para o novo ciclo de gestão da universidade. Assim, este documento nasce com a flexibilidade necessária para ser atualizado e readequado assim que os novos PDI da UFPA e PDU da PROPLAN forem oficialmente publicados.

2

DEFINIÇÃO DE CONCEITO

Para garantir a clareza na execução das atividades e o perfeito entendimento por parte de todos os stakeholders (partes interessadas), é fundamental estabelecer as distinções entre as nomenclaturas utilizadas neste documento. A confusão entre projeto, equipe e plano pode gerar ruídos na governança; portanto, adotam-se as seguintes definições:

Projeto Fala PROPLAN: Trata-se da iniciativa tática abrangente, presente na lista de iniciativas táticas do PDU da PROPLAN. É o "guarda-chuva" institucional que engloba todas as ações, recursos e esforços voltados para a melhoria da comunicação da PROPLAN. O projeto é a entidade contínua que justifica a existência das ações de comunicação dentro do planejamento estratégico da unidade.

Comissão do Fala PROPLAN: Refere-se à equipe de servidores formalmente designada por portaria para coordenar e executar as ações do projeto. É o grupo operacional e tático, composto por representantes das diversas diretorias, responsável por coordenar a temática de comunicação da unidade no dia a dia.

Plano Fala PROPLAN: É o documento norteador (este arquivo). Ele sintetiza o planejamento, as regras, o cronograma e as estratégias que serão seguidas pela Comissão dentro do escopo do Projeto. O Plano é o mapa que guia a Comissão na execução do Projeto.

Compreender essas diferenças é vital para a institucionalização da comunicação e para a leitura adequada deste documento. O Projeto é como a instituição, a Comissão são as pessoas, e o Plano é o método.

3

OBJETIVOS

3.1 GERAL

O objetivo geral deste Plano Fala PROPLAN é o de aprimorar a comunicação com os diversos públicos da PROPLAN por meio de uma linguagem clara, técnica e acessível, utilizando de forma estratégica todos os suportes, plataformas e meios de comunicação disponíveis para fortalecer a transparência e a imagem institucional.

3.1 ESPECÍFICOS

3.1.1 PÚBLICO INTERNO

- Criar e consolidar fluxos de informação e comunicação que promovam a interação adequada entre todos os gestores, servidores, bolsistas e colaboradores da PROPLAN.
- Fomentar o sentimento de pertencimento e engajamento da equipe e 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.
- Padronizar a comunicação visual e textual interna, reduzindo ruídos administrativos.

3.1.2 PÚBLICO EXTERNO

- 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 inovado e sustentável, acessível aos diversos públicos de interesse.
- Fortalecer a interação da Proplan com o público externo, por meio de um esforço conjunto de comunicação;
- Dar transparência ativa aos atos, relatórios e indicadores da Pró-Reitoria.
- Facilitar o acesso aos serviços prestados pela PROPLAN através da clareza



4

PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO DA PROPLAN

A condução da comunicação da PROPLAN para o triênio 2026-2028 baseia-se em princípios que garantem a integridade e a eficiência da informação pública. Estes princípios devem nortear todas as ações de comunicação da unidade:

1. Fortalecimento da Imagem Institucional:

A comunicação deve zelar pela reputação da PROPLAN, projetando uma imagem de competência técnica, seriedade e abertura ao diálogo. A identidade visual deve ser preservada e aplicada corretamente em todos os pontos de contato.

2. Unicidade do Discurso:

Independentemente da diretoria (DIPLAN, DINFI, DIAVI, DIGEST ou Secretaria), a PROPLAN deve falar com "uma só voz". A comunicação deve ser coerente, evitando informações contraditórias entre as subunidades.

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.

4. Participação interna:

A participação do Pró-Reitor, Secretaria Executiva, Diretores, Coordenadores, servidores, estagiários 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. 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 nos canais de atendimento.

6. Acessibilidade Comunicacional:

A comunicação da PROPLAN deve ser estruturalmente inclusiva, garantindo que

a informação seja percebida, compreendida e acessada por todas as pessoas, independentemente de suas capacidades físicas, visuais ou auditivas. Este princípio pressupõe o uso sistemático de recursos como audiodescrição (#ParaTodosVerem), textos alternativos em imagens, legendagem em vídeos e o cumprimento rigoroso dos padrões de acessibilidade digital no site oficial e demais plataformas.

7. Linguagem Cidadã e Acessível:

foco deve ser na simplificação do conteúdo e da forma dos textos utilizados, traduzindo o "tecnicês" e o juridiquês para uma linguagem direta, clara e empática. Embora a natureza das atividades da Pró-Reitoria seja técnica e normativa, a comunicação deve eliminar barreiras burocráticas de entendimento, assegurando que o público-alvo compreenda plenamente as diretrizes, prazos, fluxos de processos e serviços oferecidos pela unidade.

8. Agilidade e Tempestividade:

A informação deve chegar ao público no momento certo. A comunicação tardia perde seu valor estratégico e de prestação de contas

9. Transparência Ativa:

Não esperar ser questionado. A PROPLAN deve tomar a iniciativa de divulgar seus resultados, metas e processos de forma espontânea e organizada.

5

IDENTIDADE VISUAL DA PROPLAN

A consolidação da identidade visual da PROPLAN é um pilar estratégico deste plano. Para alinhar os processos internos às melhores práticas de design e comunicação institucional, adota-se os seguintes termos:

Logotipo ou Logo:

É a representação tipográfica, ou seja, o nome da instituição desenhado com uma fonte específica (a palavra "PROPLAN" escrita com o seu design oficial).

Tipografia e Paleta de Cores institucional de Referência:

Um conjunto de boas práticas e recomendações quanto ao uso de fontes e cores em materiais gráficos e aplicações em mídias sociais.

5.1 LOGOTIPO DA PROPLAN



Figura 1: Logotipo que identifica a PROPLAN

O logotipo é a representação tipográfica, ou seja, o nome da instituição desenhado com uma fonte específica. O logotipo da PROPLAN foi criado pelo Projeto Branding da UFPA e é composto por um elemento gráfico principal (a sigla) e um texto descritivo logo abaixo, organizados de forma horizontal e alinhados à esquerda. O design é moderno, utilizando formas geométricas limpas, composto pelos seguintes elementos Visuais e disposição:

A Sigla (PROPLAN):

- *A palavra é escrita em letras maiúsculas, com uma fonte do tipo Sans Serif (sem serifas), de espessura grossa e traços retos.*
- *As três primeiras letras (PRO) estão vazadas em branco, inseridas dentro de um retângulo verde escuro (tom de verde floresta ou petróleo).*

- *As quatro últimas letras (PLAN) estão escritas em preto, posicionadas fora do retângulo, diretamente sobre o fundo branco.*

Texto Inferior (Subtítulo):

- *Abaixo da sigla principal, há três linhas de texto menor, também em fonte Sans Serif, mas com uma espessura muito mais fina (light).*
- *O texto diz: "Pró-Reitoria de Planejamento e Desenvolvimento Institucional | UFPA".*
- *A cor deste texto é preta.*

Paleta de Cores

- *Verde Escuro (#01544A): Transmite seriedade, crescimento e estabilidade.*
- *Branco (#FFFFFF): Usado para o contraste no bloco verde.*
- *Preto (#000000): Usado para o restante do texto, garantindo legibilidade.*

A aplicação deste logotipo deve ser rigorosamente padronizada em todos os pontos de contato da unidade. Seu uso é obrigatório em relatórios, documentos oficiais, apresentações, assinaturas de e-mail, banners e peças para redes sociais. Além disso, a marca da PROPLAN deve figurar sempre em conformidade e, quando necessário, em conjunto com o logotipo oficial da Universidade Federal do Pará (UFPA), respeitando o alinhamento, a hierarquia e as áreas de respiro adequadas.

5.2 TIPOGRAFIA PADRÃO

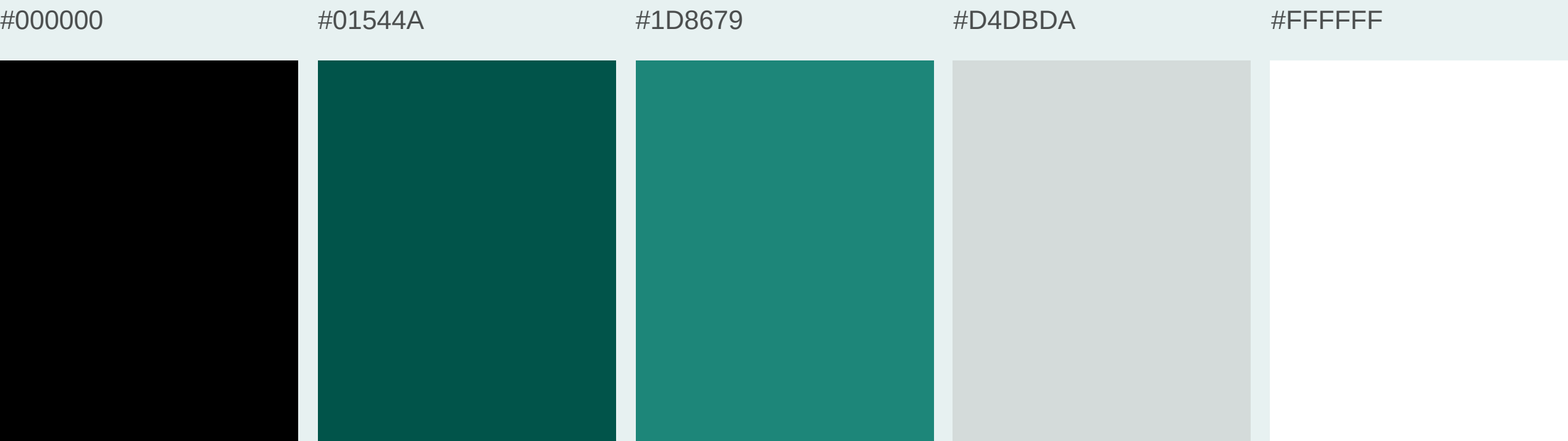
A família tipográfica indicada como padrão institucional para as peças de comunicação é a Open Sans. Esta fonte sem serifa foi selecionada por sua alta legibilidade, clareza e adaptabilidade, funcionando muito bem tanto em materiais impressos quanto na leitura em telas de dispositivos móveis. Sugere-se o seu uso como principal escolha tipográfica para garantir uma leitura confortável.

5.3 PALETA DE CORES DE REFERÊNCIA

A construção visual da marca e dos materiais de apoio orienta-se por uma paleta de cores de referência, que serve como um guia para manter a harmonia visual da unidade. As cores sugeridas, representadas por seus códigos hexadecimais, são:

- #000000 (Preto)
- #01544A (Verde Escuro)
- #1D8679 (Verde Esmeralda/Médio)
- #D4DBDA (Cinza Claro)
- #FFFFFF (Branco)

Fonte: Open Sans
Paleta de Cores:



CORES MAIS USADAS PARA PLANO FUNDO



CORES MAIS USADAS PARA TEXTO



EXEMPLO DE PALETA APLICADA COM TEXTO:



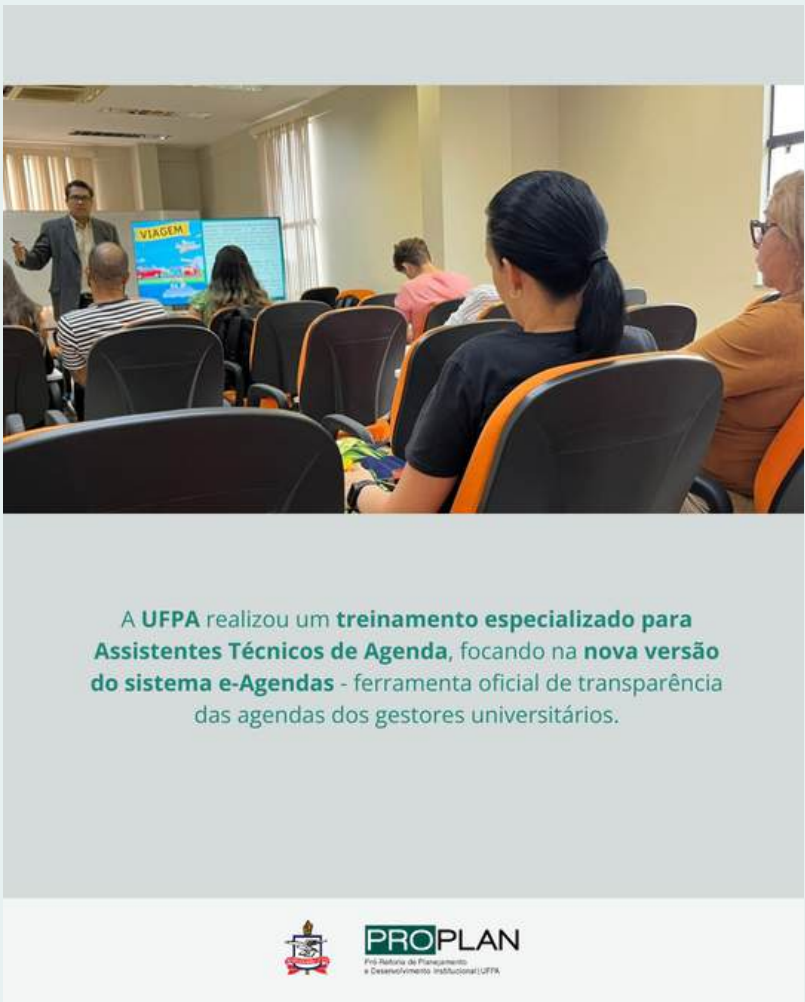
Recomenda-se que essa paleta seja dividida estrategicamente entre cores de suporte para planos de fundo e cores contrastantes para aplicação em textos, priorizando sempre a acessibilidade visual e o conforto do leitor.

5.4 BOAS PRÁTICAS PARA REDES SOCIAIS E MATERIAIS GRÁFICOS

Na criação de layouts — especialmente para publicações no Instagram, Facebook e informativos —, é interessante buscar um design simplificado e focado na clareza da informação. Uma boa estratégia visual é priorizar o destaque da notícia, atribuindo maior ênfase tipográfica aos títulos.

Exemplos aplicados:

EXEMPLO 1



EXEMPLO 2



Para assegurar uma legibilidade ideal, sugere-se adotar o recurso de "caixas de preenchimento" atrás dos textos. É indicado que essas caixas gerem um bom contraste com a cor predominante utilizada no plano de fundo, evitando que a mensagem se perca na composição. Adicionalmente, recomenda-se que o layout seja pensado de forma a valorizar as fotografias institucionais e coberturas de eventos, dando a elas o devido destaque visual na peça gráfica.

6

CANAIS DE COMUNICAÇÃO DA PROPLAN

A estratégia de canais para 2026-2028 organiza os pontos de contato para maximizar o alcance e a pertinência da mensagem.

6.1 SITE DA PROPLAN (PROPLAN.UFPA.BR)

É o canal oficial e repositório central de informações. Contém o organograma atualizado, documentos oficiais (PDUs, Relatórios de Gestão), notícias institucionais e acesso aos sistemas. Sua atualização deve ser constante para garantir a confiabilidade da informação.

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
Publicação e arquivamento de documentos de longo prazo, painéis de indicadores, relatórios, portarias, normativas e matérias aprofundadas sobre as ações da unidade. Deve ser o destino final para onde os outros canais (como redes sociais e e-mails) direcionam o usuário que busca informações completas.	Institucional, técnica, formal e informativa. A linguagem deve ser clara e acessível, preservando a autoridade técnica da Pró-Reitoria.

6.2 REDES SOCIAIS (FACEBOOK E INSTAGRAM)

Utilizados para divulgação de ações rápidas, coberturas de eventos, avisos de prazos, e informações gerais sobre as áreas de atuação da unidade. O foco é humanizar a gestão e ampliar o alcance visual das ações.

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
Publicação de cards informativos, stories com lembretes rápidos, carrosséis educativos sobre processos de planejamento e fotografias de eventos ou da rotina da equipe.	Dinâmica, direta, visual e engajadora. O tom é mais coloquial e próximo do usuário, traduzindo o "techniques" da gestão para uma linguagem cidadã e empática.

6.3 WHATSAPP INSTITUCIONAL

Ferramenta de comunicação instantânea, regida por regras de etiqueta profissional. No whatsapp são utilizados alguns grupos para comunicação interna, tais como os seguintes:

- **Grupo da PROPLAN:** Focado em avisos gerais, integrações sociais e comunicados de urgência para todos os servidores.
- **Grupo de Diretores:** Canal de alinhamento estratégico rápido entre a Pró-Reitora e os diretores das subunidades.

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
Envio de mensagens curtas, fotos e vídeos, links rápidos para reuniões, informes de urgência e avisos de manutenções ou fluxos diários. Não deve substituir o e-mail para formalização de decisões ou envio de documentos complexos.	Cordial, objetiva, ágil e profissional. Exige bom senso quanto a horários e volume de mensagens.

6.4 E-MAILS

Principal ferramenta de comunicação formal e documental. Entre os tipos de e-mails institucionais utilizados estão os seguintes:

- **E-mail da Pró-Reitoria (proplan.ufpa.br):** Canal oficial para recebimento de demandas externas e comunicação com a Reitoria.
- **E-mails das Diretorias e Coordenadorias:** Canais técnicos para tratamento de processos específicos de cada área.
- **E-mails dos Servidores:** canais de comunicação profissional específicos de cada servidor

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
Formalização de tratativas, envio de ofícios, memorandos, comunicados oficiais, convites e respostas a demandas de outras unidades. O uso de assinatura padronizada da PROPLAN é uma boa prática.	Formal, polida, respeitosa e padronizada. Deve primar pela clareza, concisão e impessoalidade, garantindo o registro oficial e ético das tratativas institucionais.

6.5 TELEFONES

Os ramais telefônicos devem estar sempre atualizados na lista de contatos do site da UFPA e da PROPLAN, garantindo que o público externo consiga contato direto com o setor responsável.

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
---------------------	--------------------------------

Atendimento síncrono para esclarecimento rápido de dúvidas, triagem inicial de demandas, resolução de problemas pontuais e suporte operacional às demais unidades.	Acolhedora, prestativa, polida e clara. O atendimento telefônico reflete a cortesia e a eficiência da unidade.
--	--

6.6 SISTEMAS INTERNOS (SIG, SIPAC, SAGITTA, SINPEG, SISPLAD, ETC)

Embora sejam sistemas operacionais, são também canais de comunicação processual e organizacional essenciais.

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
Movimentação e instrução de processos, inserção de despachos, emissão de relatórios, solicitação de serviços e atendimento de chamados técnicos.	Estritamente técnica, normativa, impessoal e concisa. A clareza nos despachos, nas justificativas e nas respostas aos chamados é parte integrante da política de comunicação de excelência e transparência da PROPLAN.

6.7 DIVULGA UFPA

Lista de e-mails oficial disparada pela Assessoria de Comunicação Institucional (ASCOM) da UFPA, direcionada para grupos específicos da comunidade universitária (técnicos, docentes, discentes).

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
A PROPLAN aciona a ASCOM eventualmente para solicitar disparos quando há necessidade de comunicar informes de alto impacto e relevância geral (ex: prazos finais do PDU, orientações críticas de orçamento ou convites para audiências públicas do PDI).	Institucional, direta e com caráter de prestação de serviço. O tom deve demonstrar a relevância da mensagem para o segmento específico que a está recebendo.

6.8 PORTAL DA UFPA (PORTAL.UFPA.BR)

É um dos veículos centrais de notícias jornalísticas da Universidade Federal do Pará.

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
A PROPLAN atua em parceria fornecendo pautas e subsídios para que a ASCOM produza e publique matérias de grande repercussão, como lançamentos de programas estratégicos, resultados institucionais expressivos ou aprovação de grandes orçamentos.	Jornalística (textos em formato de reportagem), impessoal, informativa e pautada no interesse público, voltada para alcançar a sociedade em geral além dos muros da universidade.

6.9 REDES SOCIAIS DA UFPA

Perfis oficiais da Universidade (Instagram, Facebook, X/Twitter, etc.) gerenciados pela Assessoria de Comunicação da UFPA (ASCOM).

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
A comissão do Fala PROPLAN encaminha sugestões de pautas, cards ou peças audiovisuais para avaliação da ASCOM, visando reverberar campanhas estratégicas da PROPLAN nos canais de maior tráfego da universidade.	Deve ser adaptada ao padrão editorial da ASCOM — altamente visual, atraente, acessível e capaz de engajar estudantes, servidores e a comunidade externa de forma massiva.

6.10 ENCONTROS E EVENTOS INSTITUCIONAIS (REUNIÕES, VIDEOCONFERÊNCIAS, PALESTRAS E EVENTOS)

Canais de comunicação síncrona, interpessoal e de interação direta, realizados em formato presencial ou remoto, essenciais para o debate, alinhamento tático e difusão de conhecimento.

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
Reuniões e Videoconferências: Utilizadas para despachos internos, tomada de decisão colegiada, discussões e atendimentos. Eventos, Palestras e Apresentações: Promovidos para apresentar metodologias, capacitar servidores (ex: workshops e Difusão de Conhecimentos Técnicos - DCT) e lançar novos ciclos de planejamento para a comunidade acadêmica.	Dialógica, profissional e didática. Em reuniões, o tom deve ser objetivo e resolutivo; em palestras e eventos, deve ser engajador, acessível e educativo, estimulando a participação e o esclarecimento de dúvidas do público.

6.11 MATERIAIS GRÁFICOS E DE SINALIZAÇÃO (FOLDERS, BANNERS E CARTAZES)

Peças de comunicação visual, impressas ou em formato PDF digital, voltadas para campanhas específicas, instrução rápida e ambientação dos espaços físicos.

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
Banners e Cartazes: Fixados nos corredores da PROPLAN, portas de salas e halls de entrada de eventos para facilitar a localização do público, divulgar cronogramas importantes ou campanhas de conscientização contínuas. Folders e Guias Rápidos: Distribuídos de forma física ou virtual em eventos ou treinamentos.	Visualmente atrativa, publicitária e direta. Textos devem ser extremamente curtos e de rápida leitura (escaneabilidade), com forte apelo gráfico, respeitando as diretrizes da identidade visual da PROPLAN.

6.12 DOCUMENTOS INSTITUCIONAIS E DE PRESTAÇÃO DE CONTAS (RELATÓRIOS, CORRESPONDÊNCIAS E DOCUMENTOS DIVERSOS)

Instrumentos de formalização, registro histórico e cumprimento do dever de transparência da gestão pública.

FORMA DE UTILIZAÇÃO	LINGUAGEM E TOM DE COMUNICAÇÃO
---------------------	--------------------------------

Relatórios (ex: Relatório de Gestão, Relatórios de Autoavaliação): Publicados anualmente no site oficial e enviados aos órgãos de controle para comprovar o alcance de metas e a correta aplicação de recursos. Correspondências e Documentos Institucionais (Ofícios, Circulares, Manuais): Utilizados para formalizar orientações, normatizar procedimentos internos e responder a auditorias ou diligências.	Estritamente técnica, culta, baseada em dados e evidências. A redação deve obedecer às regras do Manual de Redação da Presidência da República, garantindo a impessoalidade, a clareza jurídica e a transparência ativa requeridas no serviço público federal.
---	--

7

**RESPONSABILIDADES
NA COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL DA
PROPLAN**

A comunicação institucional eficaz não é uma tarefa isolada, mas sim um compromisso transversal. A responsabilidade por executar as diretrizes do Plano Fala PROPLAN e zelar pela imagem da unidade é de absolutamente **todos os membros da equipe**, desde a alta gestão até o corpo técnico e de apoio.

No entanto, para garantir a governança, a organização dos fluxos e a efetividade das ações propostas neste documento, estabelecem-se diferentes graus de responsabilidade, divididos em três instâncias de atuação:

7.1 PRÓ-REITOR DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Atua como a liderança superior de deliberação, garantindo que as ações de comunicação estejam perfeitamente alinhadas aos objetivos estratégicos do PDU da PROPLAN e do PDI da UFPA.

Responsabilidades:

- Aprovar, validar ou modificar o Plano de Comunicação da PROPLAN;
- Estabelecer a política geral e as diretrizes norteadoras da comunicação da unidade;
- Definir a composição, o tempo de mandato e o funcionamento da Comissão do Fala PROPLAN, garantindo o apoio institucional necessário para a execução de suas atividades.

7.2 COMISSÃO DO FALA PROPLAN

Atua como o núcleo executivo e gerencial do projeto. É o grupo responsável por fazer a comunicação acontecer na prática, traduzindo as diretrizes do Conselho em ações visíveis e mensuráveis.

Atores: Grupo de servidores formalmente designado por portaria da Pró-Reitoria de Planejamento, composto, preferencialmente, por pelo menos um representante

de cada diretoria (DIGEST, DIPLAN, DINFI, DIAVI e Secretaria Executiva).

Mandato e Renovação: Para estimular o engajamento e a inovação na gestão do projeto, a Coordenação da Comissão terá mandato de 2 (dois) anos. Após esse período, o Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento Institucional indicará um novo Coordenador. A substituição dos demais membros também é permitida nesse intervalo, garantindo-se, preferencialmente, a manutenção de pelo menos um representante por diretoria.

Responsabilidades:

- Elaborar, atualizar e monitorar o Plano de Comunicação;
- Esboçar, criar e propor materiais gráficos, campanhas e ações de comunicação;
- Dar suporte contínuo à gestão do projeto, gerenciando os canais oficiais (site, redes sociais, boletins);
- Disseminar e incentivar a cultura da comunicação clara e acessível entre os colegas;
- Acompanhar o feedback informal do processo de comunicação, atuando como "termômetro" do clima organizacional e da clareza das informações;
- Compartilhar as melhores práticas de gestão e comunicação desenvolvidas no âmbito de suas respectivas diretorias;
- Coletar, gerar e compartilhar informações relevantes (pautas, avisos, resultados) para a devida divulgação nos canais institucionais existentes.

7.3 DEMAIS SERVIDORES E COLABORADORES (AGENTES DE COMUNICAÇÃO DIÁRIA)

A base que sustenta a reputação da PROPLAN. Inclui todos os técnicos-administrativos, docentes lotados na unidade, bolsistas, estagiários e colaboradores terceirizados.

Atores: Toda a força de trabalho da PROPLAN não designada formalmente para a Comissão.

Responsabilidades:

- Atuar como embaixadores da PROPLAN, aplicando a padronização visual (como assinaturas de e-mail) e adotando a linguagem cidadã em seus despachos diários (SIPAC, SAGITTA, e-mails);
- Consumir as informações veiculadas nos canais internos, mantendo-se atualizados sobre os processos e prazos da Pró-Reitoria;
- Fornecer pautas e informar o representante da sua diretoria na Comissão do Fala PROPLAN sobre eventos, entregas ou ações de seu setor que mereçam divulgação institucional;
- Zelar pelo bom atendimento ao público externo, refletindo os princípios de transparência, empatia e excelência técnica definidos neste plano.

8

COMUNICAÇÃO NO PLANEJAMENTO TÁTICO DA PROPLAN E ESTRATÉGICO DA UFPA

No PDI 2016-2025 da UFPA o objetivo estratégico diretamente relacionado com a área de comunicação institucional é o de “Aprimorar a comunicação institucional”, cuja descrição é a de “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.”, sob responsabilidade da Assessoria de Comunicação da UFPA. Desta forma, a comunicação da PROPLAN deve estar alinhada à essas diretrizes.

Ao nível tático operacional, foi estabelecido no PDU 2022-2025 da PROPLAN os seguintes indicadores a seguir para mensuração da contribuição da PROPLAN no alcance do objetivo relacionado à comunicação institucional:

- **% de Satisfação da Imagem da PROPLAN (Pesquisa):** Medido através de pesquisa de imagem bienal, com meta de manter a satisfação entre 70% e 80% (ou superior). Este indicador reflete a percepção de qualidade e confiança que a comunidade tem na PROPLAN.
- **Índice de Interação nas Redes Sociais:** Acompanha o crescimento do engajamento nos canais digitais, sinalizando a relevância do conteúdo produzido para o público-alvo.

A tabela a seguir apresenta o detalhamento desses indicadores, com as respectivas metas estabelecidas no PDU 2022-2025 da PROPLAN:

Objetivo Estratégico PDI 2016-2025 da UFPA	Indicador do PDU da PROPLAN	Fórmula	Ano Base 2021	Metas				Iniciativas Táticas
				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	14	16	17	Aperfeiçoamento do engajamento nas mídias sociais da Proplan
Aprimorar a comunicação institucional	% de Satisfação da Imagem da Proplan (Pesquisa)	Somatório da quantidade de respostas 7 a 10 / Quantidade de respondentes x 100	0	0	70%	0	80%	Fala PROPLAN

9

PLANO DE AÇÕES

O plano de ações do FALA PROPLAN consiste em uma lista de ações que foram estabelecidas para a criação e o aprimoramento de diversos aspectos relacionados à comunicação da PROPLAN.

A execução destas ações contribuirá diretamente para o alcance dos objetivos estipulados neste plano, bem como para o cumprimento do objetivo estratégico institucional relacionado à comunicação e para o atingimento das metas dos indicadores de comunicação presentes no Plano de Desenvolvimento da Unidade (PDU) da PROPLAN.

Esta lista servirá como uma base de atuação a ser coordenada pela Comissão do FALA PROPLAN, sendo acompanhada e podendo ser atualizada periodicamente pelo grupo, de acordo com as necessidades e a evolução da gestão. As ações previstas para o triênio 2026-2028 são:

1. Otimização da Experiência do Usuário no Site da PROPLAN: Realização de um estudo de experiência do usuário para avaliar melhorias na usabilidade do site oficial, incluindo a criação de novas seções, como "Perguntas Frequentes", e o estudo para a implantação de inovações tecnológicas, a exemplo de chatbots de inteligência artificial.

2. Adequação da 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.

3. Gestão e Atualização Contínua em Mídias Sociais: Planejamento, produção de conteúdo, cobertura de eventos e interação com o público através das redes sociais, humanizando a gestão e ampliando o alcance das ações da Pró-Reitoria.

4. Aplicação da Pesquisa de Percepção Institucional da PROPLAN: Execução periódica de pesquisa de satisfação e percepção com os públicos interno e externo, objetivando alimentar o indicador estratégico e avaliar a eficácia do diálogo da unidade com a comunidade.

5. Implantação de Sinalização Padronizada: Revisão e aplicação de um padrão de comunicação visual física para os corredores e portas das salas internas da PROPLAN, facilitando a localização das subunidades pelo público visitante.

6. Padronização de uso de E-mails: Definição de parâmetros visuais e textuais mínimos para as assinaturas de e-mail institucionais de todos os servidores e colaboradores, garantindo a unicidade visual, além de padronização nos formatos dos endereços de e-mails.

7. Criação de Listas de E-mails para Grupos Específicos: Avaliação e utilização de bancos de dados já existentes nas diretorias para estruturar listas focadas no envio de comunicados direcionados para grupos específicos (mensagens que não demandem resposta), otimizando a comunicação segmentada.

8. Desenvolvimento de Documento de Ambientação Funcional: Criação de um material informativo focado no acolhimento de novos servidores, bolsistas e estagiários, apresentando a estrutura, os canais de comunicação e a cultura da PROPLAN.

9. Padronização do Procedimento de Publicação no Site e Redes Sociais: Definição de fluxos e regras claras para a validação e postagem de notícias no site da PROPLAN e nas redes sociais, garantindo agilidade, qualidade e alinhamento institucional da informação.

10. Elaboração de Calendário Editorial: Criação de um cronograma estratégico para definir, com antecedência, o planejamento de postagens nas redes sociais e a publicação de notícias no site ao longo do ano.

11. Avaliação Anual do Plano Fala PROPLAN: Realização de um monitoramento e análise sistemática dos resultados das ações ao final de cada ano civil, visando revisar o andamento, mensurar o impacto gerado e ajustar as estratégias para o ciclo seguinte.

12. Desenvolvimento de Guia de Identidade Visual: Evolução do capítulo de identidade visual do plano para um manual prático e simplificado, indicando cores (como a utilização correta do fundo verde institucional) e padrões estéticos para guiar todas as produções gráficas da unidade.

13. Implantação de Acessibilidade Comunicacional: Promoção de ações voltadas à garantia de fluxos de informação inclusivos, incluindo a realização de capacitações para a equipe sobre recursos de acessibilidade (como audiodescrição e legendagem) e a adaptação de conteúdos para diversos perfis de público.

14. Criação de Modelos de Documentos no SIPAC: Desenvolvimento e implantação de modelos de documentos personalizados no sistema SIPAC, visando agilizar, simplificar e padronizar os processos de protocolo e a instrução processual que envolvem as subunidades da PROPLAN.

15. Avaliar a migração de atendimento para o Sistema SAGITTA: Realização de estudo para avaliar a migração de fluxos de atendimento de outras plataformas para o sistema SAGITTA, com o objetivo de centralizar, organizar e padronizar a prestação de serviços e o suporte técnico da Pró-Reitoria.

Para garantir a agilidade e a flexibilidade necessárias na execução deste planejamento, os prazos, o status de andamento e a definição dos responsáveis por cada uma das ações descritas acima não estão engessados neste documento. O gerenciamento dessas variáveis será realizado de forma dinâmica através de uma planilha de controle interna, administrada e atualizada pela Comissão do Projeto Fala PROPLAN.

The background image shows a multi-story building with a large glass facade and yellow accents. Two flags are flying in front of the building: the Brazilian flag and the flag of the Municipality of São Paulo. The sky is blue with scattered white clouds. In the foreground, there are green trees and a grassy area. A dark green vertical bar is positioned on the left side of the image, containing the number 10.

10

AVALIAÇÃO DO PLANO

O monitoramento deste Plano de Comunicação não será um evento isolado, mas um processo contínuo de gestão.

- **Acompanhamento Mensal:** A Comissão do Fala PROPLAN reunir-se-á periodicamente para verificar o andamento das ações previstas no cronograma, corrigir rotas e planejar o conteúdo do mês seguinte.
- **Reuniões de Avaliação Tática (RAT):** A avaliação formal dos resultados ocorrerá durante as RATs da PROPLAN. Nessas ocasiões, serão apresentados os resultados dos indicadores (Satisfação de Imagem e Interação em Redes Sociais) para toda a equipe.
- **Avaliação Anual:** Ao final de cada ano, será elaborado um relatório sintético das atividades de comunicação, servindo de subsídio para o Relatório de Gestão da UFPA e para a calibração das metas para o ano seguinte.

PLANO
FALA
PROPLAN
2026-2028