

A large teal circular arrow graphic that curves around the central text, pointing clockwise.

PDU

**PLANO DE
DESENVOLVIMENTO
DA UNIDADE
2023-2024**

SCS

SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Universidade Federal do Piauí



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



PDU 2023-2024

SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SCS

Planejamento Tático para o biênio 2023-2024 e o
Plano Operacional 2023 da Superintendência de
Comunicação Social

Endereço: Prédio SG 07, Campus Ministro Petrônio Portella, s/n,
bairro Ininga, Teresina (PI), CEP 64049-550.

E-mail: scs@ufpi.edu.br

Telefone: (86) 3215 5956

Site: ufpi.br/scs

COMISSÃO DE ELABORAÇÃO PDU SCS 2023-2024

PORTARIA Nº 05/2022 – SCS/UFPI

HELENILDA NUNES SOARES DE BRITO - SIAPE N.º 1511944 (Presidente)
Lotação: Superintendência de Comunicação Social

ANDRÉ LUIZ DE MORAES CORREIA - SIAPE N.º 1026114 (Vice-Presidente)
Lotação: Superintendência de Comunicação Social

DANIELLE SANTOS MACIEL - SIAPE Nº 1853840
Lotação: Coordenadoria de Comunicação Social/SCS

SILVIO HENRIQUE VIEIRA BARBOSA - SIAPE Nº 3024255
Lotação: Rádio FM Universitária/SCS

CLEBER DE DEUS PEREIRA DA SILVA - SIAPE Nº 2521820
Lotação: Editora UFPI/SCS

GERSON ALBUQUERQUE DE ARAÚJO NETO - SIAPE Nº 905801
Lotação: Gráfica da UFPI/SCS

GESTORES DA SCS

SAMANTHA VIANA CASTELO BRANCO ROCHA CARVALHO - SIAPE Nº 1457025
Superintendente de Comunicação Social/SCS

DANIELLE SANTOS MACIEL - SIAPE Nº 1853840
Coordenadora de Comunicação Social/SCS

SILVIO HENRIQUE VIEIRA BARBOSA - SIAPE Nº 3024255
Diretor da Rádio FM Universitária/SCS

CLEBER DE DEUS PEREIRA DA SILVA - SIAPE Nº 2521820
Diretor da Editora UFPI/SCS

GERSON ALBUQUERQUE DE ARAÚJO NETO - SIAPE Nº 905801
Diretor da Gráfica da UFPI/SCS

LISTA DE SIGLAS E ABREVIações

SCS – Superintendência de Comunicação Social

COORDCOM – Coordenadoria de Comunicação Social

EDUFPI – Editora da Universidade Federal do Piauí

GRAFUFPI – Gráfica da Universidade Federal do Piauí

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

1. FIGURA 01 - ORGANOGRAMA DA SCS	09
2. QUADRO 1 – PESSOAL PERMANENTE EM FUNÇÕES ADMINISTRATIVAS	14
3. QUADRO 2 – PESSOAL TERCEIRIZADO DE APOIO ADMINISTRATIVO	17
4. FIGURA 2 – ESPAÇOS FÍSICOS DA SCS	19
5. QUADRO 3 – INFRAESTRUTURA ADMINISTRATIVA DA SCS	24
6. FIGURA 3 – MAPA ESTRATÉGICO DA SCS	27
7. FIGURA 4 – CADEIA DE VALOR DA SCS	28
8. QUADRO 4 – ANÁLISE SWOT OU FOFA	29
9. QUADRO 5 - PLANEJAMENTO DE DESENVOLVIMENTO TÁTICO: PAINEL DE METAS	31
10. QUADRO 6 – PLANO DE CONTRATAÇÃO ANUAL	42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
1.1 Missão	08
1.2 Visão.....	08
1.3 Valores	08
2 ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA.....	09
2.1 Estrutura Administrativa da unidade.....	09
2.2 Estrutura Hierarquica da unidade.....	10
2.3 Perfil do Quadro de Pessoal Permanente e Funções da Unidade	14
2.4 Perfil do Quadro de Pessoal Terceirizado de Apoio Administrativo	14
3 INFRAESTRUTURA FÍSICA	19
3.1 Detalhamento da Infraestrutura Administrativa da Unidade.....	23
4 PLANEJAMENTO TÁTICO 2023-2024 DA SCS	26
4.1 Introdução.....	26
4.2 Analise Swot ou Fofa	29
4.3 Painel de Objetivos e Metas.....	31
5 PLANEJAMENTO OPERACIONAL 2023 DA SCS	37
5.1 Introdução.....	37
5.2 Gestão de Compras.....	37
5.2.1 Planejamento Anual de Contratações da Unidade	37
5.3 Painel de Estratégias e Tarefas	42
6 CONCLUSÃO.....	49
REFERÊNCIAS	50

1. INTRODUÇÃO

A Superintendência de Comunicação Social (SCS) é órgão de direção subordinado diretamente à Reitoria da UFPI, responsável pela gestão de comunicação social de todos os *campi* da UFPI. É constituída pelos seguintes setores vinculados: Coordenadoria de Comunicação Social; WebTV; Rádio Universitária FM 96,7; Editora da UFPI – EDUFPI e Coordenadoria de Editoração, Artes e Criação. Compõem, ainda sua estrutura os setores de assessoramento direto: Administrativo e Secretaria.

A SCS foi criada em 01 de janeiro de 2013 pela Resolução nº 010/13 do CONSUN e ratificada pela Resolução N.º 013/13. Compete à Superintendência de Comunicação Social:

I. prestar consultoria e assessoria em matéria de Comunicação Social e Políticas de Comunicação ao Reitor, à Administração Superior e aos demais setores acadêmicos e administrativos e à comunidade universitária;

II. planejar, elaborar, executar, supervisionar, acompanhar e avaliar as diretrizes de uma política global de comunicação para a UFPI;

III. apoiar e orientar as atividades de comunicação em unidades e setores da Instituição;

IV. promover a integração da UFPI com seus públicos prioritários - docentes, servidores técnico-administrativos, alunos e comunidade - em todos os campi, utilizando as estratégias de comunicação adequadas;

V. atuar na consolidação e disseminação de uma imagem positiva da UFPI junto aos seus públicos prioritários e junto à sociedade em geral.

Os veículos de comunicação e meios de produção sob gestão da SCS são:

- site www.ufpi.edu.br,
- Redes Sociais oficiais “UFPI”,
- WebTV (Youtube e Instagram Vídeos),
- Produtora de vídeos institucionais,
- Redação para coberturas jornalísticas,
- Editora da UFPI (EDUFPI), criada em 1992, pela Resolução CEPEX N.º 041/92;
- Serviço de fornecimento de fornecimento de ISSN e ISBN,

- Lançamentos de obras publicadas pela editora, diretamente ou coedições;
- Livraria Monsenhor Mello,
- Gráfica Universitária da UFPI (GRAFUFPI), indústria gráfica offset,
- Rádio FM Universitária, 96,7 MHz, implantada em 10 de outubro de 2005, ligada à Empresa Brasileira de Comunicação – EBC

1.1 MISSÃO

A Superintendência de Comunicação Social (SCS), diretamente subordinada à Reitoria, é o órgão responsável pelo planejamento, elaboração, execução, supervisão, acompanhamento e avaliação da política global de Comunicação Social para a UFPI.

1.2 VISÃO

A SCS tem por visão “ser reconhecida pelo dinamismo e competência na criação e difusão de conteúdos relevantes, integrados e acessíveis a toda a sociedade utilizando as diferentes, inovadoras e inclusivas plataformas de comunicação”. Seus valores são: responsabilidade, transparência, credibilidade, respeito à diversidade, ética e profissionalismo.

1.3 VALORES

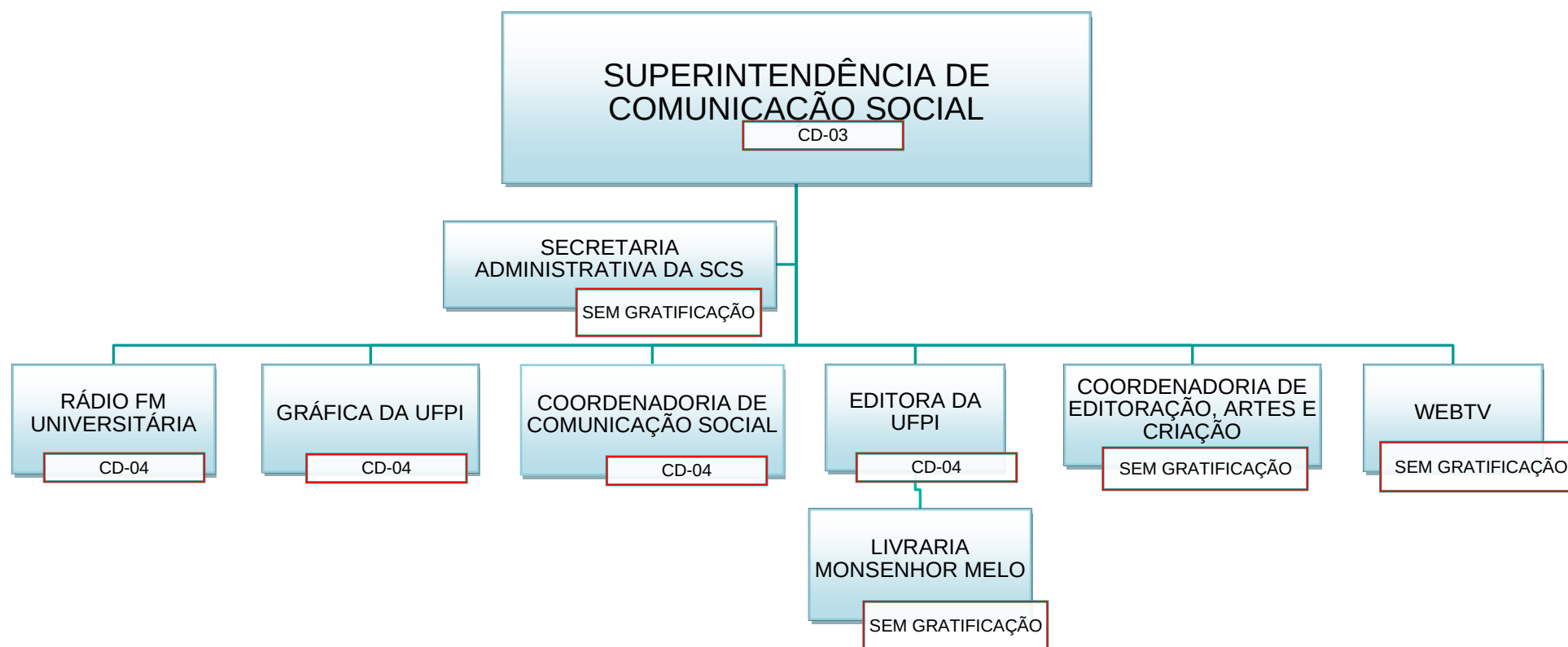
Responsabilidade, transparência, respeito à diversidade, credibilidade, ética e profissionalismo.

2. ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA

2.1. ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DA SCS

A estrutura administrativa da SCS é constituída conforme Figura 1.

Figura 1 – Organograma da SCS



2.2. ESTRUTURA HIERÁRQUICA DA SCS

A Superintendência de Comunicação Social tem a estrutura de assessoramento (Secretaria e Coordenação de Editoração, Artes e Criações) que funciona diretamente vinculada à SCS para atendimento de necessidade de gestão administrativa e planejamento de Comunicação Social relacionadas às atividades de atuação da SCS.

Além das Coordenações e Diretorias dos setores vinculados: Coordenadoria de Comunicação Social, WEBTV, Rádio, Gráfica e Editora e seus desdobramentos internos para as demandas específicas de cada produção de Comunicação Social.

A SCS compreende a seguinte estrutura organizacional com suas respectivas vinculações:

a) Coordenadoria de Comunicação Social (COORDCOM)

A COORDCOM foi criada e incorporada à estrutura da SCS pelas Resoluções N.º. 010/2013 e 013/13 do CONSUN e tem sob sua gestão: site www.ufpi.edu.br, WebTV (Youtube e Instagram Vídeos), produtora de vídeos institucionais, redação para coberturas jornalísticas.

Propõe-se a consolidar e ampliar sua atuação com incremento de inclusão de atividades de laboratório em Comunicação Social para discentes da UFPI.

b) Editora Universitária da UFPI (EDUFPI)

A Editora da UFPI (EDUFPI) foi criada em 1992, pela Resolução CEPEX N.º 041/92, reestruturada em 2006 e incorporada à estrutura da SCS em 2013.

A EDUFPI tem por objetivo estimular a produção escrita, difundir a produção acadêmica nos campos científico, tecnológico, didático e literário, bem como, efetuar intercâmbio com as entidades editoriais visando a coedição, a tradução, divulgação e distribuição da produção escrita. Tem como finalidade principal a difusão da produção científica da Universidade, constituindo-se num canal de comunicação com a sociedade, bem como com a própria instituição. Neste processo, há uma reciprocidade de influências que resulta não só no enriquecimento das partes envolvidas, como no estabelecimento de novas políticas acadêmicas.

As atividades editoriais da UFPI iniciaram ainda na década de 70, através da Gráfica Universitária, onde foram editadas as primeiras obras publicadas pela Universidade. Posteriormente, foi criado o Conselho Editorial, em 1992, com o objetivo de instituir um órgão superior consultivo e deliberativo em matéria de editoração na UFPI. Em 1993, foi dado um passo decisivo, com a criação da Editora Universitária que possui o papel institucional de estimular a produção acadêmica e promover a difusão do conhecimento, canalizando a produção intelectual da comunidade universitária. A EDUFPI, na sua função de difusora do conhecimento produzido pelos pesquisadores da UFPI, já contabiliza mais de 400 títulos publicados nas diversas áreas temáticas

e dispõe de uma livraria própria, onde comercializa, além de sua produção, a de mais 60 outras instituições universitárias e algumas editoras privadas de todo o Brasil.

São objetivos da EDUFPI:

- 1) Publicar originais aprovados pelo seu Conselho Editorial;
- 2) Propor convênios ou acordos visando a publicações em forma de coedições e de parcerias;
- 3) Auscultar e promover a demanda de publicações científicas, técnicas e profissionais;
- 4) Desenvolver coleções em diferentes gêneros e formatos, que atendam às necessidades da comunidade científica;
- 5) Atender demanda particular de autores independentes.

A EDUFPI prioriza os seguintes tipos de publicação:

- 1) Livros resultantes de teses de doutorado e dissertações de mestrado;
- 2) Livros didáticos de apoio ao ensino de graduação,
- 3) Coleções temáticas, a exemplo da Coleção Nordestina;
- 4) Coletâneas relacionadas às linhas de pesquisa dos Programas de Pós-graduação da UFPI;
- 5) Cadernos temáticos em forma impressa e digital.

Além de ser responsável pelo projeto editorial e difusão da produção científica da Universidade, através da publicação de livros nas diversas áreas do conhecimento, a EDUFPI produz diversos serviços à comunidade, atendendo a demandas internas e externas, como: fornecimento de ISSN e ISBN para a comunidade cultural piauiense, agenda de lançamentos de obras publicadas pela editora, diretamente ou através de coedições, orientações para possível publicação de obras de autores iniciantes.

O Conselho Editorial (CONSE) é o órgão superior consultivo e deliberativo em matéria de editoração, a quem compete o estabelecimento das diretrizes gerais e definição das linhas específicas da Política Editorial; elaboração do Plano de Editoração a ser submetido à homologação da Reitoria; definição das normas para o encaminhamento das obras a serem editadas; julgamento, em instância superior, da qualidade das obras a serem editadas, de acordo com a Política Editorial da Universidade; solicitação, quando necessário, do parecer de especialistas sobre temas específicos. Reúne-se sempre que convocado pelo Presidente e, no mínimo, uma vez por trimestre para apreciar os pareceres emitidos pelos relatores, decidindo sobre a possibilidade e diretrizes de publicação; indicar consultores “ad-hoc” para avaliação de originais e tratar de todos os assuntos pertinentes à sua área de atuação.

c) Gráfica Universitária da UFPI (GRAFUFPI)

A Gráfica Universitária da UFPI (GRAFUFPI) é órgão singular oficialmente vinculado à SCS/ UFPI, conforme reorganização administrativa promovida pela Resolução N.º 013/ 2013, de 19.02.2013.

No geral, a GRAFUFPI tem a incumbência de desenvolver uma política de produtos de artefatos e serviços gráficos necessários ao uso institucional e que não possam ser divulgados por meios eletrônicos ou que necessitem ser divulgados/ veiculados também em papel ou outros substratos.

Busca manter sua estrutura em consonância com as melhores práticas de produção gráfica. E atender os critérios de quantidade e de qualidade pertinentes aos artefatos e serviços gráficos, assim como diminuir, dentro do possível, os custos de produção comparativamente às congêneres comerciais.

Busca, outrossim, ampliar a gama de artefatos e serviços gráficos prestados, incrementando seu portfólio, via aquisição de maquinários e equipamentos contemporâneos e adequados às novas tarefas visando a suprir as demandas emergentes e também repondo maquinários e equipamentos desgastados pelo uso. Também busca atualização constante de seu parque gráfico e qualificação e treinamento dos servidores bem como se adequar às normas ambientais em busca de uma produção com responsabilidade ambiental.

d) Rádio FM Universitária

A Rádio FM Universitária, 96,7 MHz foi implantada em 10 de outubro de 2005 quando a Empresa Brasileira de Comunicação – Radiobrás – por meio do convênio RDB/DIJUR/N.054/2005, autorizou a Universidade Federal do Piauí estabelecer as condições de operações dos serviços de radiodifusão de sons.

Com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2007, resultante da união do patrimônio da Empresa Brasileira de Comunicação (Radiobrás) e da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ACERP), a FM Universitária passa a estar ligada a EBC.

No final de 2008, com o prefixo ZYX 844, a Rádio FM Universitária, 96,7 MHz, inicia as transmissões em fase experimental, tendo, como equipe inicial, o professor Paulo Henrique Gonçalves de Vilhena Filho, diretor da Rádio, e Renato Basílio Soares, diretor de programação.

Em 09 de setembro de 2011, o prédio da Radio Universitária foi inaugurado em uma cerimônia transmitida ao vivo. O descerramento da placa foi feito em conjunto pelo reitor da época, prof. Dr. Luiz de Sousa Santos Júnior, pelo Diretor da Rádio, pelos Reitores das Universidades Federais do Ceará e Rural de Pernambuco, professores Jesualdo Farias e Walmar Correa de Andrade, representando todos os reitores que se encontravam em Teresina participando do Encontro de Reitores do Nordeste, e por Deusdeth Nunes – o Garrincha. A data marcou também o fim da fase experimental.

A Rádio FM Universitária tem como missão “oferecer ao público uma programação plural, ética e comprometida com práticas educativas, artísticas, culturais e informativas” e como visão “ser referência em comunicação e jornalismo públicos no Estado do Piauí.” Seus valores são:

compromisso com a comunicação e jornalismo públicos; independência nos conteúdos e transparência; defesa dos direitos humanos, a liberdade de expressão e o exercício da cidadania; valorização de pessoas, da diversidade cultural brasileira e divulgação da cultura e da música piauiense; formação crítica, cultural e cidadã dos ouvintes; valorização profissional, desenvolvimento do ser humano, estímulo ao conhecimento, à criatividade, a inovação e a sustentabilidade; crescer de forma qualitativa e ética, tendo por base o reconhecimento dos ouvintes.

2.3. PERFIL DO QUADRO DE PESSOAL PERMANENTE E FUNÇÕES DA UNIDADE

No Quadro 1, está descrito o perfil do pessoal permanente que atua na Superintendência de Comunicação Social.

Quadro 1 – Pessoal Permanente em Funções Administrativas

CAMPUS	LOTAÇÃO NA UNIDADE	CATEGORIA (Docente ou TAE)	CARGA HORÁRIA (20h, 30h, 40h, DE)	NOME DO SERVIDOR	CARGO	NÍVEL*	FORMAÇÃO (Fundamental, Médio, Superior)	TITULAÇÃO (D, M, E)	FUNÇÃO (CD, FG)	ATRIBUIÇÕES
CMPP	Superintendência de Comunicação Social	Docente	DE	Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho	Professor do Magistério Superior	Classe Titular	Superior	Pós-Doutorado	CD-3	Superintendente
CMPP	Rádio Universitária	Docente	DE	Silvio Henrique Barbosa	Professor do Magistério Superior	Associado I	Superior	Doutorado	CD-4	Diretor da Rádio Universitária
CMPP	Gráfica da UFPI	Docente	DE	Gerson Albuquerque	Professor do Magistério Superior	Associado I	Superior	Doutorado	CD-4	Diretor da Rádio Universitária
CMPP	Editora da UFPI	Docente	DE	Cléber de Deus	Professor do Magistério Superior	Associado I	Superior	Doutorado	CD-4	Diretor da Rádio Universitária
CMPP	Coordenadoria de Comunicação Social	TAE	25h	Danielle Santos Maciel	Jornalista	E	Superior	-	CD-4	Coordenadora
CMPP	RÁDIO	TAE	40	ADRIANO LIMA AMARAL	OPERADOR DE RÁDIO TELECOMUNICAÇÕES	C	Superior	-	-	TAE
CMPP	SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	TAE	40	ANDRE LUIZ DE MORAES CORREIA	ASSISTENTE EM ADMINISTRAÇÃO	D	Superior	-	-	TAE
CMPP	SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – CEDIDA OUTRA	TAE	40	CASSANDRA VIRGINIA SANTANA BARBOSA CAMPOS	EDITOR DE PUBLICAÇÕES	E	Superior	E	-	TAE

	IFES			(Cedida outras IFES)						
CMPP	SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	TAE	40	CIBELLE SILVA ARAUJO RESENDE	TÉCNICO EM AUDIOVISUAL	D	Superior	M	-	TAE
CMPP	SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - COORDCOM	TAE	25	GRACIELE BARROSO	JORNALISTA	E	Superior	D	-	TAE
CMPP	SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	TAE	40	HELENILDA NUNES SOARES DE BRITO	ASSISTENTE EM ADMINISTRAÇÃO	D	Superior	M	-	TAE
CMPP	SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - WEBTV	TAE	40	MANOEL EDUARDO DE SOUSA FILHO	OPERADOR DE CÂMERA DE CINEMA E TV	D	Superior	E	-	TAE
CMPP	SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - COORDCOM	TAE	25	MAURICIO SANTANA DE OLIVEIRA SOBRINHO	JORNALISTA	E	Superior	M	-	TAE
CMPP	SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	TAE	40	RENAN DA SILVA MARQUES	DESENHISTA DE ARTES GRÁFICAS	D	Superior	M	-	TAE
CMPP	SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - WEBT	TAE	40	ROMARIO LIMA FARIAS	TÉCNICO DE LABORATÓRIO ÁREA	D	Superior	E	-	TAE
CMPP	GRÁFICA DA UFPI	TAE	40	FRANCISCO EDMAR DE OLIVEIRA	ASSISTENTE EM ADMINISTRAÇÃO	D	Superior	-	-	TAE
CMPP	GRÁFICA DA UFPI	TAE	40	FRANCISCO RIBEIRO MOREIRA MARTINS	FOTOGRAVADOR	C	Ensino médio	-	-	TAE
CMPP	GRÁFICA DA UFPI	TAE	40	JOHN KENNEDY COSTA PEREIRA	FOTOGRAVADOR	C	Ensino médio	-	-	TAE
CMPP	GRÁFICA DA UFPI	TAE	40	JOSE VALDIVINO DA ROCHA	OPERADOR DE MÁQUINA COPIADORA	C	Alfabetizado sem cursos regulares	-	-	TAE

CMPP	GRÁFICA DA UFPI	TAE	40	LIDIA ARAUJO DOS MARTIROS MOURA FE	ASSISTENTE EM ADMINISTRAÇÃO	D	Ensino superior	MESTRADO	-	TAE
CMPP	GRÁFICA - DIVISÃO DE SERVIÇOS GRÁFICOS	TAE	40	FRANCISCO ANTONIO MATOS LIMA	TÉCNICO EM ARTES GRÁFICAS	D	Ensino superior	ESPECIALIZAÇÃO	-	TAE
CMPP	GRÁFICA - DIVISÃO DE SERVIÇOS GRÁFICOS	TAE	40	MARIO DO CARMO TENORIO	DESENHISTA - PROJETISTA	D	Ensino médio	-	-	TAE
CMPP	GRÁFICA - SERVIÇO DE ARTES GRÁFICAS/ED GRÁFICA	TAE	40	ANTONIO FRANCISCO SOARES	TÉCNICO EM ARTES GRÁFICAS	D	Ensino médio	-	-	TAE
CMPP	GRÁFICA - SERVIÇO DE ARTES GRÁFICAS/ED GRÁFICA	TAE	40	FRANCISCO OLIVEIRA DE SOUSA	IMPRESSOR	C	Ensino médio	-	-	TAE
CMPP	GRÁFICA - SERVIÇO DE ARTES GRÁFICAS/ED GRÁFICA	TAE	40	HILMAR BARBOSA DA SILVA	IMPRESSOR	C	Ensino superior	-	-	TAE
CMPP	RÁDIO UNIVERSITÁRIA	TAE	40	RICARDO LIMA SOUSA	TÉCNICO EM SOM	D	Ensino superior	-	-	TAE
CMPP	RÁDIO UNIVERSITÁRIA	TAE	30	RODRIGO CARVALHO SOUSA	AUXILIAR EM ADMINISTRAÇÃO	C	Ensino superior	ESPECIALIZAÇÃO	-	TAE
CMPP	EDITORIA DA UFPI/SCS	TAE	40	ARIANE CAVALCANT E LIMA	ASSISTENTE EM ADMINISTRAÇÃO	D	Ensino superior	ESPECIALIZAÇÃO	-	TAE

Fonte: SCS/UFPI

2.4. PERFIL DO QUADRO DE PESSOAL TERCEIRIZADO DE APOIO ADMINISTRATIVO DA UNIDADE

No Quadro 2, está detalhado o pessoal terceirizado que atua na SCS.

Quadro 2 – Pessoal Terceirizado de Apoio Administrativo

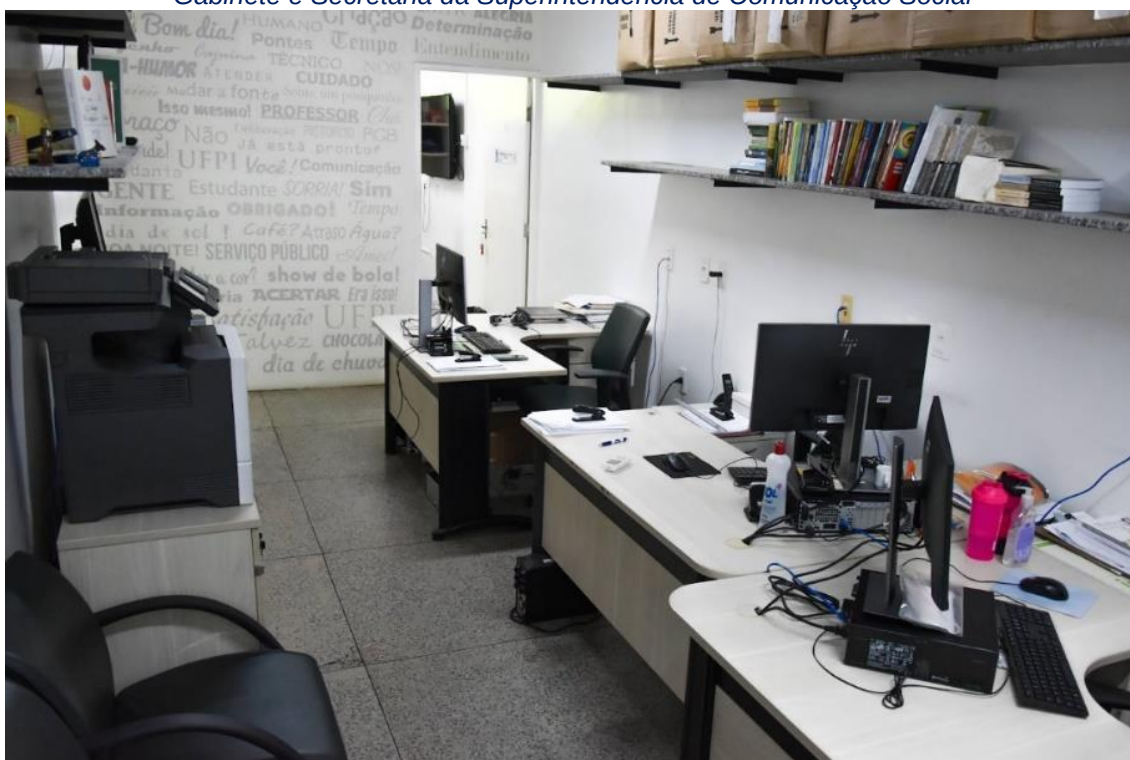
CAMPUS	LOTAÇÃO NA UNIDADE	NOME DO FUNCIONÁRIO	CARGO (Operador de micro, contínuo, Copa, etc.)	FORMAÇÃO (Fundamental, Médio, Superior)	TITULAÇÃO (D, M, E)	ATRIBUIÇÕES
CMPP	Superintendência de Comunicação Social	Maria do Carmo Almeida Abreu	Operador de micro	Ensino médio	-	✓ Apoio administrativo
CMPP	Coordenadoria de comunicação	Alexandre Victor Sousa Fonseca	Operador de micro	Ensino superior	-	✓ Apoio administrativo
CMPP	Coordenadoria de comunicação	Edson Mineiro de Araújo Júnior	Operador de micro	Ensino superior	-	✓ Apoio administrativo
CMPP	Rádio	Francisco Erick de Oliveira Lima	Operador de micro	Ensino superior	-	✓ Apoio administrativo
CMPP	Rádio e EDUFPI	Raimundo Nonato Silva	Servente de limpeza	Ensino médio	-	✓ Limpeza interna
CMPP	Livraria	Érica de Sousa Brito	Operador de micro	Ensino médio	-	✓ Apoio administrativo
CMPP	Gráfica	Vlandernilton Braga de Castro	Operador de micro	Ensino médio	-	✓ Apoio administrativo
CMPP	Gráfica	Raimundo Viana de Souza Filho	Operador de micro	Ensino médio	-	✓ Apoio administrativo

Fonte: SCS/UFPI

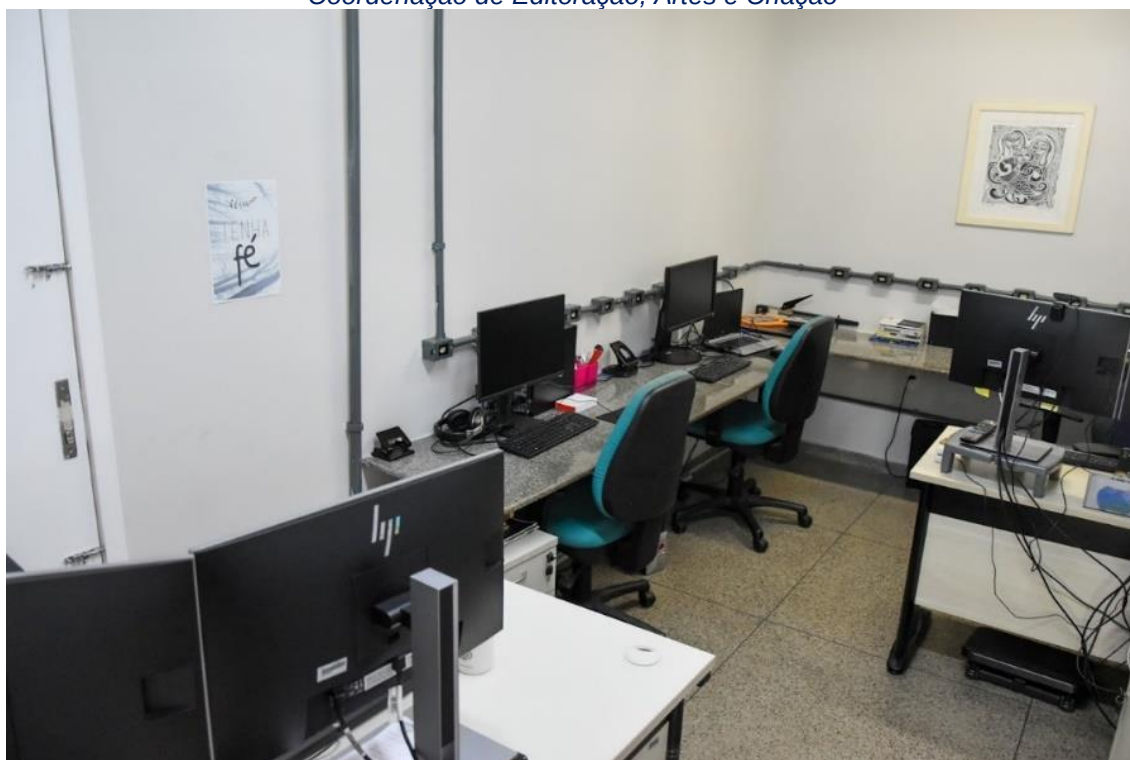
3. INFRAESTRUTURA FÍSICA

A Superintendência de Comunicação Social fica localizada no prédio SG 7 do Campus Ministro Petrônio Portella, s/n, bairro Ininga, Teresina (PI) (Figura 2). Seus setores vinculados estão em espaço distribuídos no mesmo campus.

*Figura 2 – Espaços Físicos da SCS
Gabinete e Secretaria da Superintendência de Comunicação Social*



Coordenação de Editoração, Artes e Criação



Coordenadoria de Comunicação Social



WEBTV



Gráfica da UFPI



Gráfica da UFPI



Gráfica da UFPI



Editora da UFPI e Livraria Monsenhor Melo



Livraria Monsenhor Melo*Editora da UFPI*

3.1 DETALHAMENTO DA INFRAESTRUTURA ADMINISTRATIVA DA UNIDADE

Os ambientes da Superintendência de Comunicação Social- SCS estão enumerados no Quadro 3.

No ano de 2022 a infraestrutura da EDUFPI passou por uma reforma geral. Tanto a sala da Editora quanto o espaço físico da livraria receberam beneficiamentos da Prefeitura

Universitária. Houve uma melhoria do sistema de ar-condicionado, internet e consertos e manutenções na parte física. No presente momento, há uma estrutura física contempladora das necessidades essenciais que são indispensáveis ao funcionamento da editora e livraria.

Entre 2023 e 2024, se postulará uma ampliação do espaço físico da EDUFPI. O motivo para tanto é que há carência de locais maiores para se estocarem os livros da editora tendo em vista que se espera um crescimento das vendas em razão das perspectivas de normalização dos períodos letivos (coincidência de calendários na graduação e pós-graduação).

Quadro 3 – Infraestrutura Administrativa da SCS

CENTRO/ CAMPUS	UNIDADE: SCS	DESCRIÇÃO DO AMBIENTE	QUANTIDADE
CMPP	GABINETE SCS	SALA COM BANHEIRO	1
CMPP	RECEPÇÃO	SALA	1
CMPP	SECRETARIA	SALA	1
CMPP	COPA	SALA	1
CMPP	DEPÓSITO	SALA	1
CMPP	COORDENAÇÃO DE EDITORAÇÃO, ARTES E CRIAÇÃO	SALA	1

CENTRO/ CAMPUS	UNIDADE: COORDCOM	DESCRIÇÃO DO AMBIENTE	QUANTIDADE
CMPP	WEBTV	SALA	1
CMPP	ESTÚDIO DE SOM	SALA	1

CENTRO/ CAMPUS	UNIDADE: RÁDIO	DESCRIÇÃO DO AMBIENTE	QUANTIDADE
CMPP	RÁDIO	Sala de Redação com recepção	1
CMPP	RÁDIO	Sala de reuniões (com banheiro)	1
CMPP	RÁDIO	Central Técnica	1
CMPP	RÁDIO	Sala para depósito	2
CMPP	RÁDIO	Ilha híbrida (gravações)	1
CMPP	RÁDIO	Cozinha	1
CMPP	RÁDIO	Estúdios de som	2
CMPP	RÁDIO	Banheiros (masculino e feminino)	2

CENTRO/ CAMPUS	UNIDADE: EDITORA	DESCRIÇÃO DO AMBIENTE	QUANTIDADE
CMP	SCS/EDUFPI	Secretaria/EDUFPI	Editora e Livraria (01) unidade cada
CMPP	SCS/EDUFPI	Banheiros (02)	Editora (01) e Livraria (01)
CENTRO/ CAMPUS	UNIDADE: GRÁFICA	DESCRIÇÃO DO AMBIENTE	QUANTIDADE
CMPP	GRÁFICA	Recepção	1
CMPP	GRÁFICA	Sala Coordenação	1
CMPP	GRÁFICA	Secretaria administrativa	1
CMPP	GRÁFICA	Sala de Artes Gráficas/projeto bolsistas	1
CMPP	GRÁFICA	Sala Composição/Editor ação Eletrônica	1
CMPP	GRÁFICA	Sala de Montagem	1
CMPP	GRÁFICA	Sala de Revelação	1
CMPP	GRÁFICA	Cozinha	1
CMPP	GRÁFICA	Sala de Impressão	1
CMPP	GRÁFICA	Depósito de papéis	1
CMPP	GRÁFICA	Depósito de químicos líquidos	1
CMPP	GRÁFICA	Depósito de químicos líquidos	1
CMPP	GRÁFICA	Banheiro adm feminino	1
CMPP	GRÁFICA	Banheiro adm masculino	1
CMPP	GRÁFICA	Banheiro produção	1

Fonte: SCS/UFPI.

4. PLANEJAMENTO TÁTICO

4.1 INTRODUÇÃO

A Comunicação com a sociedade (nível estratégico) como Dimensão 4, diretriz obrigatória estabelecida no item IV, artigo 3º, Lei N.º 10.861/2004 (Estabelece Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior -SINAES) está para além do item VII, art. 3º da referida lei que remete a infraestrutura de comunicação (nível operacional) obrigatória estabelecida.

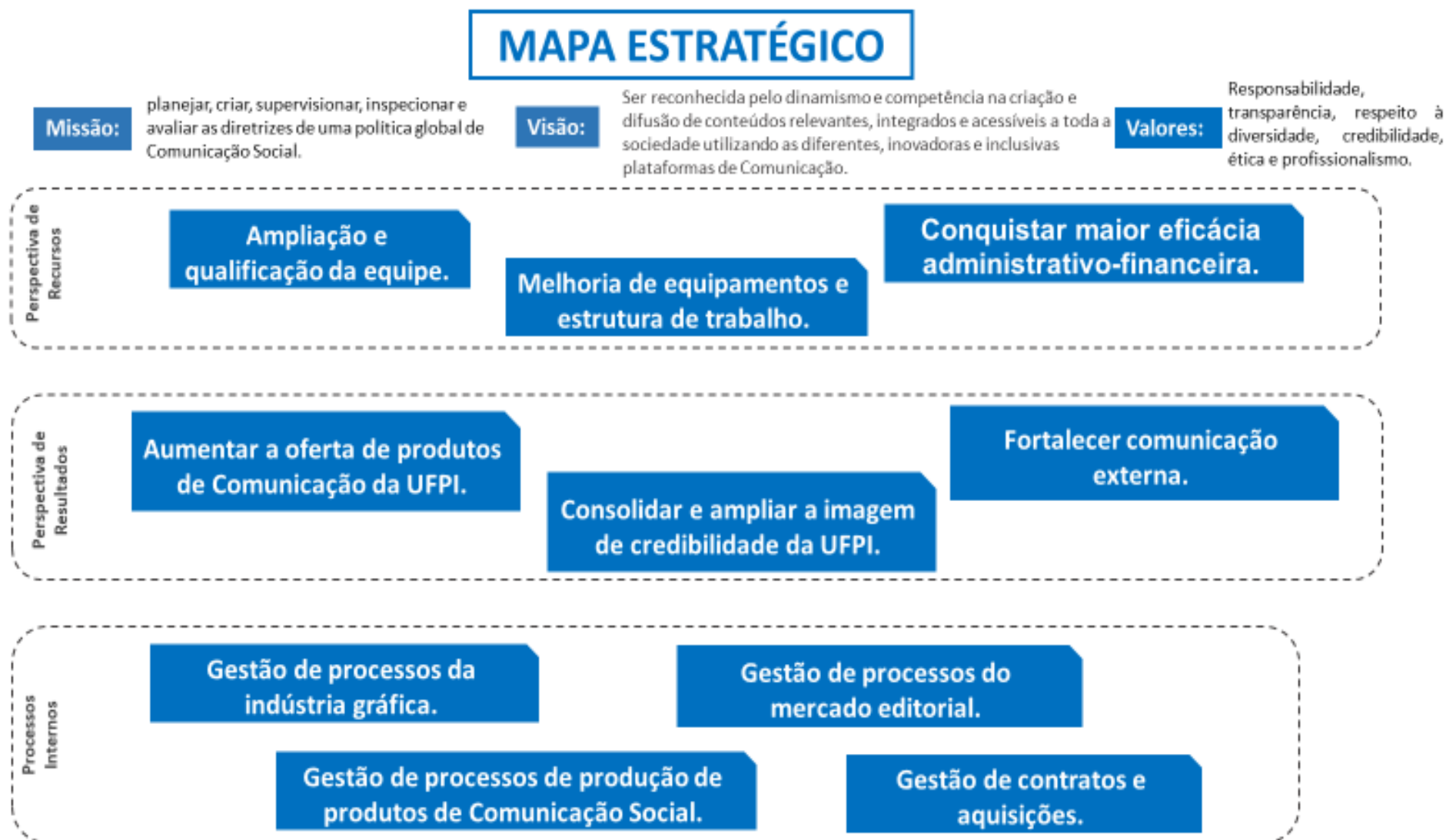
Como alerta Alves (2015, p. 140-143), ao estudar PDI das IFES brasileiras:

"(...) a falta de planejamento da Comunicação evidencia as falhas no próprio processo de gestão institucional. (...) A ausência de planejamento, explicitada pela **carência de política e plano de comunicação**, é nociva para as universidades. A implantação de política de comunicação, por exemplo, não significa a mera normatização, mas envolve a ponderação sobre a integração necessária entre a missão, a cultura, os princípios e objetivos (...) (grifo nosso).

Em atendimento ao Manual de Elaboração do PDU, do ano de 2020, emitido pela Diretoria de Governança da Pró-Reitoria de Planejamento e Orçamento da UFPI, a SCS estabeleceu, juntamente com seus setores subordinados, metas que compreendem a amplificação e melhoria da ação de Comunicação Social para a IFES como um todo. Consolidando ações bem sucedidas e ampliando as atividades de Comunicação Social Institucional enquanto nível estratégico.

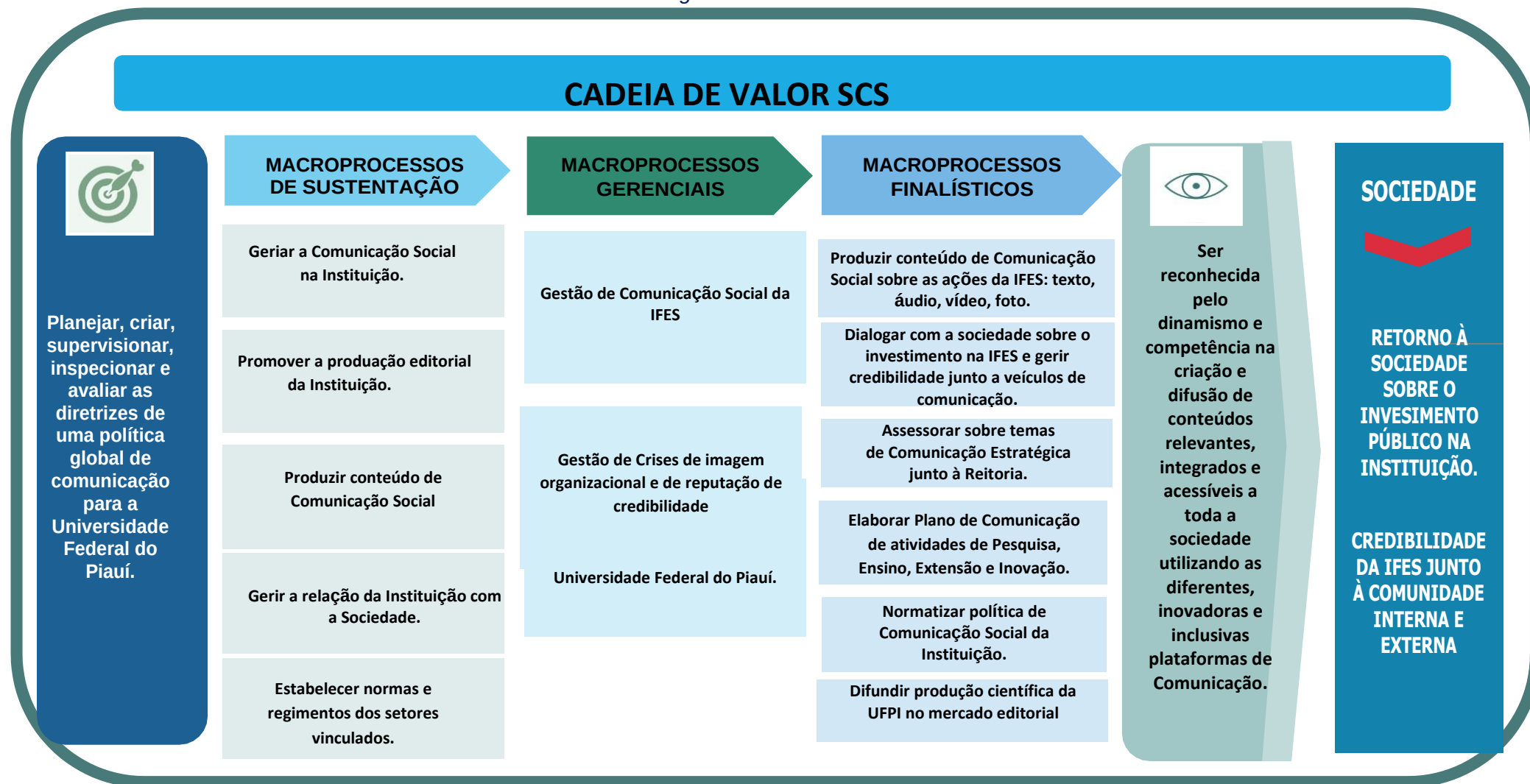
Deste modo, para os próximos 4 anos foram estabelecidos objetivos que envolvem sistematização de atividades, estruturação e uso racional de recursos disponíveis.

Figura 4 – Mapa Estratégico



Fonte: SCS/UFPI

Figura 5 – Cadeia de Valor da SCS



4.1. ANÁLISE SWOT/FOFA



A análise Swot ou Fofa (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) é uma técnica de planejamento estratégico utilizada para auxiliar pessoas ou organizações a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas à competição em negócios ou planejamento de projetos. No Quadro 5, consta a análise Swot ou Fofa da Superintendência de Comunicação Social.

Quadro 3 – Análise Swot ou Fofa

Análise Cenário Interno	Forças	Fraquezas
	1º SERVIDORES QUALIFICADOS 2º ESTRUTURA IMPLANTADA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/REGIMENTO INTERNO FINALIZADO 3º VEÍCULOS E ESTRUTURAS DE COMUNICAÇÃO PRÓPRIOS: GRÁFICA, RÁDIO, SITE, REDES SOCIAIS E EDITORA. 4º GRÁFICA OFF SET PRÓPRIA	1º NÚMERO INSUFICIENTE DE SERVIDORES ESPECIALIZADOS, CITANDO-SE, POR EXEMPLO, ÁREAS SEM NENHUM PROFISSIONAL: PUBLICIDADE E PROPAGANDA 2º FORMALIZAÇÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UFPI CONTÍNUA REDUÇÃO NO ORÇAMENTO DAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS FEDERAIS NO BRASIL 3º ATUALIZAÇÃO E AMPLIAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE CAPTAÇÃO, EDIÇÃO, PRODUÇÃO DE ÁUDIO, VÍDEO E GRÁFICA. AUSÊNCIA DE VERBAS PRÓPRIAS VOLTADAS A PROJETOS DE COMUNICAÇÃO NA UFPI 4º IMPLANTAR SERVIÇO DE GRÁFICA DIGITAL (ENSINO E PESQUISA). 5º ESTRUTURA FÍSICA DEFASADA E/OU INADEQUADA PARA ATIVIDADE TÉCNICA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL 6º NECESSIDADE REITERADA DE AÇÕES DE GESTÃO DE CRISE E O CONSEQUENTE IMPEDIMENTO DE AÇÕES PREVENTIVAS DE MANUTENÇÃO E AMPLIAÇÃO DA CREDIBILIDADE DA UFPI. NECESSIDADE DE INSTALAÇÃO DE UM COMITÊ PERMANENTE DE CRISES, ATIVO E ATUANTE. 7º CONFUSÃO NO USO/ENCAMINHAMENTO/TRATO DOS TEMAS DISTINTOS: “COMUNICAÇÃO SOCIAL” E “TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO – TIC”.

Análise Cenário Interno	Forças	Fraquezas
	----	8º ELEVADA QUANTIDADE DE SERVIDORES APTOS (IDADE/TEMPO) PARA APOSENTADORIA. 9º NECESSIDADE DE TREINAMENTO DE GESTORES (MEDIA TRAINING), PARA QUE ATUEM COMO PORTA-VOZES DA INSTITUIÇÃO 10º NECESSIDADE DE ESTABELECIMENTO DE PRAZOS A SEREM OBEDECIDOS PELA COMUNIDADE ACADÊMICA QUANTO À SOLICITAÇÃO DE SERVIÇOS COMUNICACIONAIS 11º DESFALQUE DAS EQUIPES DAS COORDENAÇÕES DA SCS, POR CONTA DO CORTE DE TERCEIRIZADOS

Análise Cenário Externo	Oportunidades	Ameaças
	1º SURGIMENTO DE NOVOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAIS. 2º CREDIBILIDADE DA UFPI JUNTO À SOCIEDADE PIAUIENSE. 3º PERMANENTE INTERLOCUÇÃO COM INSTITUIÇÕES DA SOCIEDADE PIAUIENSE.	1º REDUÇÃO INVESTIMENTOS DO GOVERNO FEDERAL 2º RÁPIDA DEFASAGEM DE EQUIPAMENTOS DE CAPTAÇÃO, EDIÇÃO, PRODUÇÃO DE ÁUDIO, VÍDEO E GRÁFICA. 3º ELEVAÇÃO DO PREÇO DO DÓLAR: INSUMOS E EQUIPAMENTOS DA ÁREA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL ACOMPANHAM A VARIAÇÃO. 4º SUSPENSÃO DE CONCURSOS PÚBLICOS DO GOVERNO FEDERAL 5º CONSTANTE COBRANÇA PELA IMPRENSA DE IMPLEMENTAÇÃO DE MEDIDAS DE SEGURANÇA NO CAMPUS DE TERESINA (PÓS CASO JANAÍNA BEZERRA).

Fonte:SCS/UFPI

4.2. PAINEL DE OBJETIVOS E METAS

Quadro 4 – Planejamento de Desenvolvimento Tático: Painel de Metas

PAINEL DE PLANOS DE METAS							
UNIDADE COORDCOM		COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL / SCS					
		TEMA ESTRATÉGICO			ASSESSORIA DE IMPRENSA		
Objetivo: Ampliar de forma consistente o alcance da imagem da UFPI na imprensa							
META	CENÁRIO		SITUAÇÃO		RESPONSÁVEL	EVIDENCIAR	ORIGEM
Aumentar a quantidade de projetos de pesquisa e de projetos de extensão e cultura c/ inserção nos meios de comunicação internos e externos	ATUAL	2024	2023	2024	COORDCOM	Evidenciar mediante registro de número no relatório de gestão da Coordcom	PDI
	30 %	100%	Definir estratégias para ampliar contato com pesquisador e produzir divulgação	Definir estratégias para ampliar contato com pesquisador e produzir divulgação			
Fortalecimento de campanhas educacionais por meio de canais da UFPI	25%	80%	Mapear datas e temas e executar atividades de divulgação	Ampliar divulgação e avaliar impacto implantação das campanhas	COORDCOM	Evidenciar mediante registro de número no relatório de gestão da Coordcom	PDI
Igualar postagens do Twitter da UFPI à quantidade de publicações do Instagram da Universidade	35%	100%	Divulgação de mais editais e eventos com participação aberta	Com uso de plugin específico, divulgar mais matérias a partir do compartilhamento de links diretamente do site da UFPI	COORDCOM	Evidenciar com dados do relatório de gestão da Coordcom	COORDCOM
Aumentar atendimento de solicitações de fontes pela imprensa	65%	90%	Criação de banco de dados para agilizar atendimentos a jornalistas	Atender de forma mais célere pedidos de fontes em diversos formatos de conteúdo	COORDCOM	Evidenciar atendimento e efetividade das demandas em planilha online	COORDCOM

Envidar esforços para aumentar aquisição de equipamentos e softwares necessários para ampliar qualidade do trabalho oferecido	45%	70%	Buscar aquisição prioritária de itens necessários para ampliar produção de conteúdo para as redes sociais	Buscar alternativas para custear aquisição de bens e softwares de maior valor agregado	COORDCOM	Evidenciar por meio do registro de bens pertencentes à Universidade	PDI
Fazer levantamento e buscar preencher vagas de profissionais técnicos para auxiliar na realização de atividades como lives e gestão de redes sociais	40%	60%	Oficiar documento e deliberar com SCS	Oficiar documento e deliberar com SCS	COORDCOM/SCS	Evidenciar por meio de registro de servidores nos quadros de pessoal da UFPI	PDI

PAINEL DE PLANOS DE METAS							
UNIDADE RÁDIO UNIVERSITÁRIA		<u>RÁDIO UNIVERSITÁRIA / SCS</u>					
		TEMA ESTRATÉGICO			Ampliação dos programas da Rádio		
Objetivo: Ampliar de forma consistente a comunicação externa da UFPI							
META	CENÁRIO		SITUAÇÃO		RESPONSÁVEL	EVIDENCIAR	ORIGEM
Fortalecimento de campanhas educacionais por meio de spots na Rádio	100%	100%	Mapear datas e temas e executar atividades de divulgação	Ampliar divulgação das campanhas	RÁDIO	Mediante registro de número no relatório de gestão da Rádio	PDI
Divulgar, por meio de entrevistas, spots, notícias e programas, o plano de sustentabilidade da UFPI, a política de valorização à cultura e extensão, os cursos de extensão, a política de estímulo à mobilidade eficiente, os programas de ação afirmativa voltados para igualdade social, racial	50%	100%	Tornar a Rádio Universitária mais conhecida dos servidores e professores da UFPI para que divulguem fatos de interesse público	Uso das redes sociais, externas e internas, para postagens que tornem a Rádio mais conhecida como instrumento de divulgação dos temas acadêmicos	RÁDIO	Mediante registro de número no relatório de gestão da Rádio	PDI

e diversidade cultura.							
Criar novos programas em parceria com cursos, departamentos e campi da UFPI.	50%	90%	Poucos cursos tem parceria atualmente com a Rádio Universitária, como Moda, Psicologia e Letras.	Em entendimento com o CCS para incluir os cursos do centro num programa quinzenal, com feito com Psicologia.	RÁDIO	Evidenciar mediante registro de número no relatório de gestão da Rádio	COOR COM
Mapear as necessidades de expansão do espaço físico e melhoria da infraestrutura da rádio, com a ampliação da sala de redação, aquisição de gerador próprio, equipamentos e mobiliários modernos e ergonômicos. Construção de espaço físico adequado para função de almoxarifado.	30%	100%	Buscar reforma do prédio da Rádio, com pintura de paredes externas, sujas e pichadas, e paredes internas, marcadas por cumpim e umidade.	Buscar alternativas para custear reforma do prédio e compra de bens e softwares de maior valor agregado	RÁDIO	Evidenciar por meio do registro de bens pertencentes à Universidade	PDI
Incentivar a capacitação dos servidores e incluir mais um servidor terceirizado à tarde para operacionalização da Rádio	50%	100%	Oficiar documento e deliberar com SCS	Oficiar documento e deliberar com SCS	RÁDIO	Evidenciar por meio de registro de servidores nos quadros de pessoal da UFPI	PDI

PAINEL DE PLANO DE METAS											
UNIDADE				SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL							
4		TEMA ESTRATÉGICO				EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ- EDUFPI					
OBJETIVO			PROMOVER MAIOR VISIBILIDADE DA EDUFPI								
ITEM	IdPDE¹	META	CENÁRIO		SITUAÇÃO		RESPONSÁVEL²	ACOMPANHAMENTO		APOIO³	ORIGEM⁴
			ATUAL	2022	2023	2024		CONCLUÍDA (Sim/Não/Parcial)	EVIDENCIAR (Métrica de Avaliação)		
1	4.1.1	Ampliar a participação da EDUFPI em bienais e feiras de livros municipais, estaduais e nacionais	45%	30%	Definir estratégias para efetiva participação da EDUFPI no SALIPI/Bienal de São Paulo e Bienal do Rio de Janeiro.	Definir estratégias para efetiva participação da EDUFPI no SALIPI/Bienal de São Paulo e Bienal do Rio de Janeiro.	EDUFPI		*	SCS/COORDCOM/GRÁFICA/RÁDIO/FADEx	PDI
2	4.1.2	Melhorar a divulgação de obras, lançamentos e participações da Edufpi através do site da UFPI e rádio universitária.	60%	50%	Reforçar a comunicação com a rádio universitária e COORCOM para maior efetivação nas divulgações da EDUFPI	Reforçar a comunicação com a rádio universitária e COORCOM para maior efetivação nas divulgações da EDUFPI	EDUFPI		*	*	PDI

OBJETIVO			PROMOVER UMA GESTÃO EFICIENTE, INCLUSIVA E TRANSPARENTE								
3	4.2.1	Ampliar a quantidade e a qualidade de publicações de obras impressas e online anualmente	*	50%	Ampliar a participação da SCS e rádio universitária no propósito de ampliar o volume de publicações	Criar, junto ao STI, um site de vendas online eficiente	EDUFPI		Compras Online	*	PDI
4	4.2	Promover regras objetivas e transparentes para publicação de obras acadêmico-científicas através da página da EDUFPI	*	45%	Aumentar o número de reuniões com o Conselho Editorial da EDUFPI	Divulgar na página da EDUFPI as regras elaboradas nas reuniões do Conselho Editorial	EDUFPI		Reunião do Conselho Editorial da EDUFPI mensalmente	*	PDI

PAINEL DE PLANOS DE METAS							
UNIDADE <u>GRÁFICA DA UFPI</u>		SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL					
		TEMA ESTRATÉGICO					
Objetivo:							
META	CENÁRIO		SITUAÇÃO		RESPONSÁVEL	EVIDENCIAR	ORIGEM
Estabelecer parcerias e promover a carta de serviços do setor, para a comunidade interna e externa.	ATUAL	2024	2023	2024	GRÁFICA DA UFPI	Criar minutas	PDI
	20 %	100%	Definir estratégias para ampliar contato com a comunidade interna e externa.	Definir estratégias para ampliar contato com a comunidade interna e externa.			

Aumentar a capacidade produtiva, os tipos de artefatos e acabamentos produzidos pela Gráfica da UFPI, melhorar a qualidade dos produtos, diminuir o tempo de produção, com maior eficiência produtiva e operacional; implementar o serviço de Impressão Digital.	20%	80%	Capacitar os técnicos. Contratação de novos técnicos e terceirizados. Atualização de Softwares.	Adquirir um equipamento de plotagem. Capacitar os técnicos. Contratação de novos técnicos e terceirizados. Atualização de Softwares.	GRÁFICA DA UFPI.	Evidenciar mediante registro de número no relatório de gestão.	PDI
Criar e implementar alternativas de financiamento para o setor, visando maior sustentabilidade e menor dependência do orçamento geral da UFPI; criar mecanismos internos de gestão orçamentária.	35%	100%	Estabelecer convênio com Fundações de Apoio (FADEX), de Pesquisa (FAPEPI) entre outras. Cria um CNPJ da Gráfica da UFPI		GRÁFICA DA UFPI	Evidenciar com dados do relatório de gestão.	PDI
Construir ou reformar a atual estrutura física predial em consonância com as normativas (segurança operacional, do trabalho). Inovar no projeto para a construção de um setor industrial gráfico sustentável	85%	110%	Continuar oficializando o Setor de Engenharia e Limpeza da UFPI.	Continuar oficializando o Setor de Engenharia e Limpeza da UFPI.	GRÁFICA DA UFPI	Evidenciar com dados do relatório de gestão.	PDI
Aumentar a equipe para atender satisfatoriamente às necessidades de produção gráfica atuais, nos setores já criados, como também para as demandas emergentes, seguindo as mais modernas práticas do setor.	50%	80%	Recuperar a equipe da Gráfica por meio de concurso público para os cargos efetivos e vagas abertas por aposentadorias e falecimento.	Recuperar a equipe da Gráfica por meio de concurso público para os cargos efetivos e vagas abertas por aposentadorias e falecimnto.	GRÁFICA DA UFPI.	Evidenciar com dados do relatório de gestão	PDI

¹ Identificação do Planejamento Desenvolvimento Estratégico: (Nº Tema Estratégico, Nº Objetivo, Nº da Meta).

² Responsável: Definir metas a nível de diretorias,coordenações e divisões.

Fonte: SCS/UFPI.

5.PLANEJAMENTO OPERACIONAL

5.1.INTRODUÇÃO

A SCS relaciona seu planejamento operacional por meio das programações de atividades da PRAD (PAC 2023/2024) e PROPLAN (Relatório Anual de Atividades). Deste modo, cumpre os requisitos estabelecidos pela Instituição enquanto Unidade Requisitante e executora do Plano de Comunicação Social da IFES.

5.2.GESTÃO DE COMPRAS

5.2.1.PLANEJAMENTO ANUAL DE CONTRATAÇÕES DA SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O Plano Anual de Contratações sob responsabilidade da SCS envolve as aquisições de interesse da SCS e seus setores vinculados e o Grupo Serviço e Materiais Gráficos gerido conforme distribuição própria de divisão da atividade pela Comissão de Compras e Licitações/PRAD. Este grupo inclui insumos da indústria gráfica e materiais impressos personalizados que atendem a toda a UFPI para atividades de missões oficiais, eventos de todas as naturezas relacionados às atividades de ensino, pesquisa, extensão, inovação e internacionalização.

No Quadro 7, consta o PAC da Superintendência de Comunicação Social para o biênio 2023-2024.

Quadro 7 – Plano de Contratação Anual

ITEM	CATMAT	OBJETO	UNIDADE	QUANTIDADE	DESCRIÇÃO DETALHADA DO OBJETO	JUSTIFICATIVA	ESTIMATIVA DO VALOR TOTAL²	PRIORIDADE DA COMPRA OU CONTRATAÇÃO (Normal/Urgente)	DATA DESEJADA DA COMPRA OU CONTRATAÇÃO	VINCULAR A COMPRA OU CONTRATAÇÃ O A OUTRO ITEM	INFORMAR (B- bens; S- serviço; TI- tecnologia informação; O- obra)
1	605377	Aquisição de microfones de lapela para celular android	COOR DCOM	2	Microfone Lapela Wireless Sem Fio Compatível Android Usb C Type C	Equipamento ara captação de áudio com mais qualidade para produção de vídeos para as redes sociais	R\$ 150,00	Urgente	Até 31//07/2023	Com vínculo	B
2	605377	Aquisição de microfones de lapela para celulas IOS		2	Microfone Lapela Wireless Sem Fio Compatível com iPhone iPad entrada Lightning	Equipamento ara captação de áudio com mais qualidade para produção de vídeos para as redes sociais	R\$ 150,00	Urgente	Até 31//07/2023	Com vínculo	B

3	27472	Aquisição de licenças de uso do pacote fotografia da Adobe		3	Aquisição de softwares para edição de fotos e de imagens para site e redes sociais, sendo eles Lightroom, Lightroom Classic, Photoshop no desktop e no iPad e 20 GB de armazenamento na nuvem (1 TB disponível).	Edição profissional de fotografias de coberturas jornalísticas e produção de material para redes sociais	R\$ 1032,00	Urgente	Até 31/12/2023	Sem vinculo	S
4	27472	Aquisição de telepromper para gravação de vídeos de celular		2	Aquisição de Ulanzi portátil mini teleprompter prompter para smartphone/dslr câmera de gravação de vídeo ao vivo streaming entrevista com remoto	Auxiliar fontes a gravar vídeos de forma mais natural ao ler do Telepropter o texto desejado	R\$ 800	Urgente	Até 31/07/2023	Sem vinculo	B
5	27472	Aquisição de Led RGB		2	Aquisição de Luxceo p7 rgb pro rgb varinha de luz à prova d' água p7rgb handheld vara de iluminação rgb led tubo de luz de vídeo colorido controle remoto	Produção de iluminação para captação de vídeos com mais qualidade para divulgação nas redes sociais	R\$ 700	Urgente	Até 31/10/2023	Sem vinculo	B

6		Manutenção dos Equipamentos e Máquinas da Gráfica da UFPI.	1	12	Manutenção de equipamentos e máquinas off set da Gráfica da UFPI.	Necessidade de manutenção das máquinas e equipamentos.	R\$ 231.000,00	Normal	Renovação e renegociação do contrato em julho de 2023	Sem vínculo	S
7		Manutenção dos Equipamentos da Rádio Universitária	1	12	Manutenção dos equipamentos	Necessidade de manutenção dos equipamentos	R\$ 138.099,00	Normal	Nova licitação após encerramento do contrato em vigor durante primeiro semestre de 2023.	Sem vínculo	S
8I		software	EDUFPI	01	STREAMYARD	O referido quadro de contratação não se enquadra diretamente nessa unidade tendo em vista que nossas demandas são provenientes de eventos conjunturais tais como as realizações de salões de livros. Tais eventos poderiam ser realizados	25 dólares a assinatura mensal	normal	06/06/2023 a 06/06/2024	sim	-

5.3. PAINEL DE ESTRATÉGIAS E TAREFAS

No Quadro 8, consta o planejamento operacional das unidades vinculadas à Superintendência de Comunicação Social para o biênio 2023-2024 que apresentaram em atendimento à demanda deste PDU.

Quadro 5 – Planejamento de Desenvolvimento Operacional: Painel de Estratégias e Tarefas

PAINEL DE ESTRATÉGIAS E PLANO DE AÇÕES									
UNIDADE		<u>Coordenadoria de Comunicação</u>				ANO		2023	
IdPDT¹ 1	META	Melhora da estrutura de equipamentos e de pessoal para o setor							
ITEM	ESTRATÉGIA	PLANO DE AÇÕES 2023				ATRIBUÍDO²	ORIGEM³	ACOMPANHAMENTO	
		1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre			FINALIZADA (Sim/Não)	EVIDENCIAR
1.1	Procurar o melhoramento da estrutura de equipamentos e softwares para qualificar atendimento das demandas da pasta.	Dialogo e reuniões com servidores para conhecimento das demandas de equipamento e softwares	Fazer levantamento de equipamentos necessários para execução das ações de comunicação, especialmente, a produção de conteúdos para as redes sociais		Oficiar documento e deliberar com a SCS	Coordcom	PDI/ elatórios de Gestão		

1.2	Fazer levantamento de qual corpo técnico de servidor o órgão estará necessitando e buscar a ampliação para o melhoramento no atendimento das demandas.				Oficiar documento e deliberar com a SCS	Coordcom	PDI/Relatórios de Gestão		
IdPDT	META	Aumentar atendimento das solicitações de fontes pela imprensa							
2									
ITEM	ESTRATÉGIA	PLANO DE AÇÕES 2023				ATRIBUÍDO ²	ORIGEM ³	ACOMPANHAMENTO	
		1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre			FINALIZADA (Sim/Não)	EVIDENCIAR
2.1	Implementar banco de atendimentos já realizados para agilizar respostas de novas demandas da imprensa	Criar banco de atendimentos em ferramenta aberta de edição em nuvem pelo time	Alimentar banco de atendimentos em ferramenta	Monitorar banco de atendimento para buscar maior diversificação de fontes para assuntos constantes	Monitorar banco de atendimento para buscar maior diversificação de fontes para assuntos constantes	Coordcom	Coordcom		

IdPDT	META	Manter e ampliar alcance da imagem positiva na imprensa							
3		PLANO DE AÇÕES 2023				ATRIBUÍDO²	ORIGEM³	ACOMPANHAMENTO	
ITEM	ESTRATÉGIA	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre			FINALIZADA (Sim/Não)	EVIDENCIAR
3.1	Ampliar número de pesquisas e de projetos de extensão e de cultura da UFPI para maior divulgação em meios internos e externos de comunicação.	Executar atividades de divulgação	Ampliar ações de divulgação	Ampliar ações de divulgação	Consolidar ações de divulgação	Coordcom	PDI		
3.2	Fortalecimento de campanhas educativas, por meio dos canais de comunicação da UFPI	Executar atividades de divulgação	Ampliar ações de divulgação	Ampliar ações de divulgação	Consolidar ações de divulgação	Coordcom	PDI		
3.3	Igualar postagens do Twitter da UFPI à quantidade de publicações no Instagram da Universidade	Instalação do Pluggin que transforma apresentação de links do site da UFPI em formato de cards para Twitter	umentar produção de artes com formato de publicação específico para twtter	umentar produção de artes com formato de publicação específico para twtter	umentar produção de artes com formato de publicação específico para twtter	Coordcom	Coordcom		

PAINEL DE ESTRATÉGIAS E PLANO DE AÇÕES									
UNIDADE		EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - EDUFPI				ANO		2023-2024	
IdPDT¹	META	AMPLIAR A PARTICIPAÇÃO DA EDUFPI EM BIENAS E FEIRAS DE LIVROS MUNICIPAIS, ESTADUAIS E NACIONAIS							
1		PLANO DE AÇÕES 2023-2024				ATRIBUÍDO²	ORIGEM³	ACOMPANHAMENTO	
ITEM	ESTRATÉGIA	1º Semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre			FINALIZADA (Sim/Não)	EVIDENCIAR
1.1	Participar de feiras locais e eventos locais, nacionais e internacionais, garantindo uma tenção especial ao Salão do Livro do Piauí, Bienal de São Paulo, Rio de janeiro e Brasília, por intermédio da Associação Brasileira de Editoras	Participar nos referidos eventos (editor e funcionário) da EDUFPI	*	*	*	EDUFPI	PDI	NÃO	NÚMERO DE PARTICIPAÇÃO NOS EVENTOS
IdPDT	META	MELHORAR A DIVULGAÇÃO DE OBRAS, LANÇAMENTOS E PARTICIPAÇÕES DA EDUFPI ATRAVÉS DO SITE DA UFPI E RÁDIO UNIVERSITÁRIA.							
2		PLANO DE AÇÕES 2023-2024				ATRIBUÍDO²	ORIGEM³	ACOMPANHAMENTO	
ITEM	ESTRATÉGIA	1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre			FINALIZADA (Sim/Não)	EVIDENCIAR
2.1	Realizar lançamentos com os autores de livos e ebooks tanto na edufpi quanto na rádio, bem como uso de podcasts na rádio universitária para atingir o público acadêmico	Incentivar diretamente os autores a participarem dos livros das atividades promovidas pela EDUFPI	*	*	*	EDUFPI	PDI	NÃO	QUANTIDADE DE LANÇAMENTOS DE LIVROS IMPRESSOS E E-BOOKS

IdPDT	META	AMPLIAR A QUANTIDADE E A QUALIDADE DE PUBLICAÇÕES DE OBRAS IMPRESSAS E ONLINE ANUALMENTE							
3		PLANO DE AÇÕES 2023				ATRIBUÍDO ²	ORIGEM ³	ACOMPANHAMENTO	
ITEM	ESTRATÉGIA	1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre			FINALIZADA (Sim/Não)	EVIDENCIAR
3.1	Salientar junto aos Programas de Pós-Graduação o incentivos das públicas das tese de doutorado e mestrado com recomendações para publicação.	Recomendar ao Conselho Editorial da Edufpi tais publicações	*	*	*	EDUFPI	PDI	NÃO	Maior interação com os sistema de pós-graduação e PRPPG
IdPDT	META	PROMOVER REGRAS OBJETIVAS E TRANSPARENTES PARA PUBLICAÇÃO DE OBRAS ACADÊMICO-CIENTÍFICAS ATRAVÉS DA PÁGINA DA EDUFPI							
5		PLANO DE AÇÕES 2023-2024				ATRIBUÍDO ²	ORIGEM ³	ACOMPANHAMENTO	
ITEM	ESTRATÉGIA	1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre			FINALIZADA (Sim/Não)	EVIDENCIAR
5.1	Aclarar e divulgação de maneira mais intensa, via rádio universitário e uso de plataformas digitais de tais regras junto à comunidade acadêmica	Usar intensamente uma sistemática de divulgação das regras contidas no no seguinte link: https://ufpi.br/como-publicar-edufpi	*	*	*	EDUFPI	PDI	NÃO	

PAINEL DE ESTRATÉGIAS E PLANO DE AÇÕES									
UNIDADE			RÁDIO UNIVERSITÁRIA			ANO		2023	
IdPDT ¹	META	Melhora da estrutura de equipamentos e de pessoal para o setor							
1		PLANO DE AÇÕES 2023				ATRIBUÍD O ²	ORIGEM ³	ACOMPANHAMENTO	
ITEM	ESTRATÉGIA	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre				
1.1	Procurar o melhoramento da estrutura de equipamentos e softwares, com reestruturação do site da Rádio.	Dialogo e reuniões com servidores para conhecimento das demandas de equipamento e softwares	Fazer levantamento de equipamentos necessários para execução das ações da Rádio, especialmente, a produção de conteúdos para o site e para as redes sociais	Fazer levantamento de equipamentos necessários para execução das ações da Rádio, especialmente, a produção de conteúdos para o site e para as redes sociais	Oficiar documento e deliberar com a SCS	Rádio	PDI/ Relatórios de Gestão	Não	
1.2	Reforma do prédio da Rádio, com pintura das paredes externas e internas.	Solicitado à PREUNI que faça o agendamento.	Aguardando a pintura externa			Rádio	PDI/ Relatórios de Gestão	Não	
IdPDT	META	Aumentar a participação dos cursos na programação da Rádio							
2		PLANO DE AÇÕES 2023				ATRIBUÍDO ²	ORIGEM ³	ACOMPANHAMENTO	
ITEM	ESTRATÉGIA	1º Trimestre	2º Trimestr	3º Trimestre	4º Trimestre				

2.1	Aumentar a participação dos cursos da UFPI na programação da emissora, com entrevistas e programas próprios em parceria com a Rádio.	Divulgar espaço na Rádio para os cursos da UFPI que queiram divulgar suas ações.	Divulgar espaço na Rádio para os cursos da UFPI que queiram divulgar suas ações.	Divulgar espaço na Rádio para os cursos da UFPI que queiram divulgar suas ações.	Divulgar espaço na Rádio para os cursos da UFPI que queiram divulgar suas ações.	Rádio	Rádio	Não	
IdPDT 3	META	Manter e ampliar alcance da imagem positiva da UFPI							
ITEM	ESTRATÉGIA	PLANO DE AÇÕES 2020				ATRIBUÍD O²	ORIGEM³	ACOMPANHAMENTO	
		1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre			FINALIZADA (Sim/Não)	EVIDENCI AR
3.1	Ampliar a divulgação de pesquisas e de projetos de extensão e de cultura da UFPI para maior divulgação.	Executar atividades de divulgação	Executar atividades de divulgação	Executar atividades de divulgação	Executar atividades de divulgação	Rádio	PDI	Não	
3.2	Fortalecimento de campanhas educativas e de cidadania, em parceria com a EBC (Empresa Brasil de Comunicação)	Exibição de spots radiofônicos enviados pela EBC e próprios, da UFPI	Exibição de spots radiofônicos enviados pela EBC e próprios, da UFPI	Exibição de spots radiofônicos enviados pela EBC e próprios, da UFPI	Exibição de spots radiofônicos enviados pela EBC e próprios, da UFPI	Rádio	PDI	Não	

¹ Identificação do Planejamento de Desenvolvimento Tático (N° da Meta, N° idPDE) ²Atribuído - Indicação do responsável por executar a estratégia, ³ Origem: PDI, Plano Tático, Plano de Integridade, Plano de sustentabilidade, de Risco, Plano de Desenvolvimento Operacional e etc)

Fonte: SCS/UFPI

6. CONCLUSÃO

As ações de comunicação social institucional são intrínsecas à missão, à visão e aos valores da UFPI, qualificando-a como uma rede autônoma que se comunica com seus variados públicos em sua complexidade.

Considerando que a comunicação é um meio de mediação, os comunicadores das instituições públicas devem ser estrategistas. Na visão de KUNSCH (2003), a comunicação no setor público ajuda a fazer a interação entre serviço público e sociedade.

É comum encontrar nas instituições (públicas principalmente) dificuldades inerentes à estrutura organizacional, além dos valores impregnados em sua cultura, com fortes tradições burocráticas que influenciam e dificultam a promoção de uma comunicação que vise a instituição como um todo. Uma mudança desse entendimento na UFPI justificou a criação de uma Superintendência de Comunicação Social, a partir de 2013, para promover uma concepção estratégica de comunicação social institucional, para além das ações de uma assessoria de imprensa ou de publicidade institucional.

Segue as diretrizes de Comunicação pública, e os pressupostos relativos ao estabelecimento de um processo comunicacional entre instituição (permanente), gestores (temporários) e sociedade (mantenedora/públicos), com o objetivo de informar, visando ao diálogo.

O exercício de uma comunicação institucional e administrativa, integra ações e estratégias de com objetivos ligados à identidade, imagem e credibilidade, pois aborda conteúdos relacionados à missão, visão e valores organizacionais, bem como aos seus serviços e produtos enquanto interesse público, com acesso democrático e legítimo. Visa construir uma imagem institucional homogênea, em que os diferentes entes de comunicação possam desenvolver linhas editoriais complementares, em conformidade com as demandas comunicacionais da instituição como um todo.

A comunicação administrativa, visa à integração e coesão entre os objetivos da instituição e os objetivos dos servidores públicos, terceirizados e alunos. Valoriza relações participativas, colaborativas e de convivência, configurando-se em práticas comunicacionais horizontais e integradoras que atendam o direito à informação, à expressão e à resposta, constituindo a relação dialógica.

Há também a comunicação científica e de divulgação científica, que tem como objetivo a circulação de informações especializadas entre os pares na comunidade científica, incluindo também a comunicação tecnológica e artística. A divulgação científica deve buscar a democratização do acesso ao conhecimento científico e a inclusão dos cidadãos no debate público sobre temas especializados.

Deve existir uma autonomia editorial das produções institucionais, resguardando aos profissionais de comunicação as definições sobre ações, estratégias e conteúdos de caráter institucional, com vistas à comunicação pública.

Convergência dos meios: a política de comunicação da UFPI trabalha o conceito de convergência dos meios, que é muito mais do que um simples trânsito entre plataformas, e diz respeito à democratização nas formas de produção de conteúdo. Essa política parte do entendimento de que a comunicação é uma área de possível mediação entre as demais áreas e públicos, tanto interno quanto externo, e tem potencial para promover e dinamizar a interação e atuação institucional em rede de forma cooperada.

Sustentabilidade e acessibilidade: as ações de Comunicação da UFPI seguem uma perspectiva sustentável, bem como acessível, observando as demandas de comunicação dos públicos interno e externo, e o papel como agente público, promotor de conhecimentos e garantidor da acessibilidade de conteúdos e informações, com vistas à comunicação pública e de qualidade.

REFERÊNCIAS

ALVES, Cristiano Alvarenga. Gestão da comunicação das Universidades Federais: mapeamento das ações e omissões. 2015. 161 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/126510>

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.