

PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL, EDUCATIVA E DIGITAL



**Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado do Piauí – AGRESPI
Exercício 2025**

Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado do Piauí – AGRESPI

Rafael Tajra Fonteles

Governador do Estado do Piauí

Thaís de Aragão Oliveira Araripe Palmeira Dias

Diretora-Geral

Estela Miridan Rosas

Diretora de saneamento transporte e infraestrutura

Dionatas Rayron da Silva Alves

Diretor de energia, comunicação e gás canalizado

Isadora Nascimento Pereira de Sousa

Gerente de Comunicação

SUMÁRIO

1. A Agência de Regulação dos Serviços Públicos do Piauí.....	3
2. A Comunicação na Agrespi.....	3
2.1. Justificativa e Base Legal.....	4
2.2. Estrutura e Gerência de Comunicação.....	5
3. Diretrizes Estratégicas.....	6
4. Análise de Contexto – SWOT.....	6
5. Públicos-Alvo e Abordagem Comunicacional.....	7
6. Eixos de Atuação e Ações Estratégicas.....	8
7. Indicadores e Metas.....	10
8. Monitoramento e Avaliação.....	11
9. Cronograma de Ações-Chave.....	12
10. Disposições Finais.....	12

1. A Agência de Regulação dos Serviços Públicos do Piauí

A Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado do Piauí – AGRESPI – é uma autarquia em regime especial, estadual, dotada de personalidade jurídica de direito público, autonomia administrativa, técnica, patrimonial e financeira, criada pela Lei nº 7.049, de 16 de outubro de 2017, com as alterações promovidas pela Lei nº 7.763, de 30 de março de 2022. Sua finalidade primordial é regular, normatizar, controlar e fiscalizar a prestação dos serviços públicos delegados no Estado do Piauí, assegurando a qualidade, a continuidade, a eficiência e a modicidade tarifária, em benefício dos usuários e do interesse público.

A atuação da AGRESPI abrange, entre outros, a regulação e fiscalização dos serviços de abastecimento de água, esgotamento sanitário, transporte intermunicipal e outros que venham a ser delegados pelo Estado, observando sempre as diretrizes da legislação aplicável e os princípios da administração pública. Como órgão regulador, desempenha papel estratégico no equilíbrio das relações entre poder concedente, prestadores de serviços e usuários, buscando harmonizar interesses e prevenir conflitos.

Sua estrutura organizacional é composta pela Diretoria Colegiada, órgãos de assessoramento e unidades técnicas especializadas, entre as quais se destaca a Gerência de Comunicação, responsável por conduzir as políticas de informação e relacionamento com a sociedade, objeto do presente Plano Estratégico.

2. A Comunicação na Agrespi

A Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado do Piauí – AGRESPI –, no uso das atribuições que lhe são conferidas pela Lei nº 7.049, de 16 de outubro de 2017, e suas alterações, notadamente a redação dada pela Lei nº 7.763, de 30 de março de 2022, que inseriu o Art. 35-D, elabora o presente **Plano Estratégico de Comunicação Institucional, Educativa e Digital** para o exercício de 2025.

O Art. 35-D assim dispõe:

A AGRESPI deverá implementar, em cada exercício, plano de comunicação voltado à divulgação, com caráter informativo e educativo, de suas atividades

e dos direitos dos usuários perante a Agência e as empresas que compõem o setor regulado.

Assim, em estrito cumprimento ao dispositivo legal e com vistas ao fortalecimento da transparência administrativa, à promoção da cidadania regulatória e à ampliação do controle social, elabora-se o presente Plano como instrumento normativo e operacional para a condução das ações de comunicação da AGRESPI no exercício em referência.

2.1. Justificativa e Base Legal

A criação deste Plano decorre de imposição legal, mas também de diretriz estratégica institucional. A comunicação pública, enquanto função essencial de uma Agência Reguladora, não se restringe à divulgação de atos administrativos, mas abrange a educação dos usuários, o estímulo à participação social e a consolidação da confiança pública nos serviços regulados.

A Lei nº 7.763/2022, ao introduzir o Art. 35-D na Lei nº 7.049/2017, atribuiu caráter vinculante à obrigação de planejamento comunicacional, conferindo-lhe natureza continuada e sistemática. Nesse contexto, o Plano aqui descrito se fundamenta no compromisso da AGRESPI com a transparência, a *accountability* e a eficiência comunicacional, de forma a atender públicos distintos com mensagens adequadas, linguagem acessível e abordagem multicanal.

O presente Plano tem por objetivo geral consolidar a imagem da AGRESPI como uma instituição transparente, acessível e inovadora, que reconhece a importância da comunicação como instrumento de promoção da cidadania e de estímulo à regulação participativa.

Assim, estabelecem-se os seguintes objetivos específicos:

- a) ampliar o alcance da comunicação nas esferas digital e *offline*, com foco especial no interior do estado e no público jovem;
- b) assegurar que todas as atividades institucionais da AGRESPI sejam amplamente divulgadas de forma clara e acessível;
- c) educar a população sobre seus direitos e deveres perante os serviços regulados;
- d) promover a cultura da regulação participativa e responsável

2.2. Estrutura da Gerência de Comunicação

A comunicação institucional da AGRESPI é coordenada pela Gerência de Comunicação, unidade administrativa vinculada diretamente à Diretoria-Geral, responsável pela concepção, execução e acompanhamento de todas as ações previstas neste Plano. Atualmente, esta gerência conta com apenas um servidor efetivo, o que impõe à execução das atividades um elevado grau de planejamento, priorização e integração com outros setores da Agência, a fim de otimizar recursos e assegurar o cumprimento das metas estabelecidas.

Mesmo com estrutura reduzida, a Gerência de Comunicação detém competências essenciais para o desempenho da função comunicacional, em consonância com as melhores práticas da administração pública e as especificidades do setor regulatório estadual. Entre as atribuições inerentes à unidade, destacam-se:

- a) planejar, coordenar e executar a política de comunicação institucional da Agência;
- b) assessorar a Diretoria-Geral e as demais diretorias no relacionamento com a imprensa e demais públicos de interesse;
- c) elaborar, revisar e padronizar os conteúdos institucionais, garantindo clareza, precisão técnica e alinhamento com a identidade visual;
- d) administrar e atualizar os canais de comunicação da Agência, incluindo portal institucional, redes sociais e boletins informativos;
- e) desenvolver e implementar campanhas educativas e informativas voltadas aos usuários dos serviços regulados;
- f) organizar eventos institucionais e ações de relacionamento com órgãos públicos, empresas reguladas, entidades representativas e a sociedade civil;
- g) realizar o monitoramento e a análise de notícias e conteúdos relacionados ao setor regulado e à atuação da Agência;
- h) coordenar pesquisas de opinião e enquetes para avaliação da eficácia das ações de comunicação;
- i) zelar pelo cumprimento das normas legais e éticas aplicáveis à comunicação pública;
- j) propor e implementar inovações e melhorias nos processos comunicacionais da Agência.

A estrutura compacta demanda que a Gerência de Comunicação atue de forma transversal, articulando-se com todas as áreas técnicas e administrativas, garantindo que a informação circule de maneira tempestiva e que as ações de divulgação sejam planejadas com base em critérios de relevância, impacto e interesse público.

3. Diretrizes Estratégicas

A execução das ações previstas será guiada por diretrizes que asseguram coerência, efetividade e alinhamento com a missão institucional da Agência. A primeira delas consiste no compromisso de informar com acessibilidade, adotando linguagem clara, simples e adaptada às peculiaridades regionais, sem prejuízo da precisão técnica exigida pelo papel regulador.

A segunda diretriz é a de educar para a regulação, transformando textos normativos, muitas vezes complexos, em conteúdos práticos, capazes de orientar o usuário na defesa de seus direitos e no cumprimento de seus deveres. A terceira estabelece a promoção do controle social como finalidade permanente da comunicação, evidenciando e facilitando o uso dos canais de denúncia, consulta, ouvidoria e fiscalização.

A quarta diretriz é o fortalecimento da presença digital da AGRESPI, considerando o ambiente virtual como espaço estratégico para disseminação de informações e aproximação com a sociedade. A quinta preconiza a atuação multicanal, de forma a integrar mídias tradicionais e digitais, ações presenciais e conteúdos virtuais, garantindo que a comunicação alcance públicos diversos. Por fim, adota-se a diretriz de segmentar audiências e canais, reconhecendo que diferentes perfis demandam abordagens e formatos específicos.

4. Análise de Contexto – SWOT

Para orientar a definição das ações, realizou-se uma análise SWOT, a qual identificou, entre as forças da AGRESPI, a qualificação técnica de sua equipe e a existência de canais digitais já estruturados. Como fraquezas, observam-se o pouco conhecimento da população em relação à AGRESPI, as limitações orçamentárias e de recursos humanos para a execução de campanhas de grande alcance, a baixa presença física em municípios do interior e a necessidade de uniformizar linguagem e identidade visual.

No campo das oportunidades, destaca-se a crescente penetração da internet e dos dispositivos móveis no Estado, a possibilidade de parcerias estratégicas com veículos regionais e instituições educacionais, bem como a demanda social por maior transparência e prestação de contas. Entre as ameaças, identificam-se a disseminação de desinformação sobre temas regulados, o ambiente político polarizado, a dificuldade de compreensão técnica de determinados assuntos e a disputa pela atenção do público em um cenário de excesso de informações.

5. Públicos-Alvo e Abordagem Comunicacional

O presente Plano adota uma abordagem segmentada, contemplando diferentes grupos com estratégias adequadas às suas características. A população urbana e rural é priorizada por ser a principal usuária dos serviços regulados, devendo receber informações claras sobre direitos, deveres e canais de atendimento. Os jovens, com idades entre 18 e 30 anos, representam um público de alto potencial de engajamento, especialmente por meio das redes sociais, e serão contemplados com conteúdos dinâmicos e interativos.

Os gestores públicos municipais, incluindo prefeitos, vereadores e membros de conselhos, serão alcançados por meio de comunicações institucionais específicas, visando ao fortalecimento das relações institucionais. Os servidores e colaboradores internos, enquanto agentes multiplicadores, devem ser continuamente informados e motivados, de forma a assegurar o alinhamento com a missão e os valores da AGRESPI. As empresas reguladas necessitam de informações precisas e tempestivas para garantir previsibilidade e segurança jurídica, enquanto os órgãos de controle e o sistema de justiça demandam demonstrações claras de conformidade legal e boas práticas regulatórias.

Segmento	Características Principais	Objetivo da Comunicação	Canais/Formatos
			Prioritários
População Urbana e Rural	Usuários diretos dos serviços regulados; diversidade sociocultural e educacional.	Informar sobre direitos e deveres; divulgar canais de atendimento e denúncia.	Rádio, TV, portal institucional, cartilhas, redes sociais.

Jovens (18 a 30 anos)	Alto engajamento digital; potencial multiplicador de informações.	Estimular participação; promover conteúdos interativos e educativos.	Instagram, TikTok, YouTube Shorts, quizzes e enquetes online.
Gestores Públicos Municipais	Prefeitos, vereadores, conselheiros; papel estratégico nas políticas locais.	Fortalecer relações institucionais; esclarecer normas e diretrizes regulatórias.	Boletins institucionais, encontros regionais, cartas circulares.
Servidores e Colaboradores Internos	Agentes multiplicadores das mensagens institucionais.	Engajar e alinhar à missão; valorizar o papel interno na comunicação.	Boletim interno, reuniões, campanhas de valorização.
Empresas Reguladas	Prestadoras de serviços públicos delegados.	Garantir previsibilidade; divulgar requisitos normativos e prazos.	Comunicados oficiais, reuniões técnicas, manuais e guias digitais.
Órgãos de Controle e Justiça	Ministério Público, Tribunal de Contas, Judiciário.	Demonstrar conformidade legal e transparência administrativa.	Relatórios técnicos, notas oficiais, reuniões institucionais.

6. Eixos de Atuação e Ações Estratégicas

A execução do presente Plano de Comunicação organiza-se em cinco eixos interdependentes e complementares, concebidos para garantir uma abordagem abrangente e eficaz na divulgação das ações da AGRESPI e na promoção da cidadania regulatória.

O primeiro eixo, **Comunicação Institucional e Relações Públicas**, concentra-se no fortalecimento da imagem da Agência junto a atores institucionais e à sociedade civil, promovendo a aproximação entre o órgão regulador e os municípios piauienses. Essa frente de atuação prevê a realização de encontros regionais sob a marca “AGRESPI nos Municípios”, ocasião em que serão promovidas audiências públicas e diálogos com prefeitos, vereadores e conselhos municipais, criando um espaço de escuta ativa e prestação de contas.

Inclui-se, ainda, a produção e distribuição de kits institucionais, em formatos impresso e digital, direcionados a gestores locais, bem como a atualização permanente de um mailing institucional segmentado por região e cargo, a fim de garantir a comunicação direcionada e eficaz.

Complementarmente, o boletim trimestral “Regulação em Foco” será produzido e distribuído a parceiros estratégicos, acompanhado de cartas circulares explicativas sobre normas e decisões relevantes, consolidando a chamada diplomacia regulatória. Para este eixo, os indicadores de sucesso estabelecem a realização mínima de quatro rodadas regionais de oficinas por ano e o envio de, pelo menos, um boletim trimestral às instituições-alvo.

O segundo eixo, **Assessoria de Imprensa e Mídia Tradicional**, visa ampliar a visibilidade da AGRESPI e difundir informações educativas por meio dos veículos de comunicação convencionais. Tal objetivo será alcançado mediante a elaboração de releases mensais voltados à educação do usuário, a exemplo de matérias como “Seus direitos como consumidor de água e esgoto”; o agendamento de entrevistas e participações em programas de rádio e televisão regionais; e a publicação de artigos de opinião, redigidos por diretores e técnicos da Agência, em jornais e portais de notícias.

Além disso, será realizado o mapeamento de pautas sensíveis e a capacitação dos porta-vozes institucionais por meio de media training, garantindo coerência, clareza e assertividade no discurso público. Os veículos prioritários incluem emissoras como TV Antares e TV Cidade Verde, rádios comunitárias, e portais como CidadeVerde, GP1 e 180graus. O desempenho deste eixo será aferido pela obtenção de, no mínimo, duas matérias mensais na mídia regional e estadual, seis entrevistas anuais e três artigos de opinião publicados por semestre.

O terceiro eixo, **Educomunicação e Cidadania Regulatória**, reconhece que a comunicação voltada à regulação não se limita à transmissão de informações, mas envolve também a construção de conhecimento e o estímulo à participação cidadã. Nesse sentido, estão previstas oficinas presenciais e itinerantes sobre direitos dos usuários, direcionadas a lideranças comunitárias e associações, bem como a produção de materiais pedagógicos em formatos diversos, como vídeos, cartilhas, histórias em quadrinhos e animações, adaptados ao perfil e às necessidades de diferentes públicos. Entre as ações emblemáticas, destaca-se a campanha “Cidadão Regulador”, que contará com mascote e identidade visual própria, capaz de tornar o

conteúdo mais próximo e memorável. Serão ainda produzidos conteúdos gamificados, como quizzes e desafios culturais, para incentivar o aprendizado de forma lúdica e engajadora.

O quarto eixo, **Marketing Digital e Conteúdo Multiplataforma**, busca consolidar a presença da AGRESPI no ambiente digital de forma planejada, acessível e interativa, com especial atenção aos públicos jovens e residentes no interior do Estado. Para humanizar e regionalizar a comunicação, será adotada a persona “Zé Piauí”, representação simbólica de um jovem do semiárido, curioso e interessado em conhecer seus direitos sem a barreira do “burocratês”.

A estratégia contempla a atuação coordenada nas plataformas Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp, Telegram e, potencialmente, no TikTok, mediante avaliação de custo-benefício. Serão produzidas séries fixas abordando direitos dos usuários, fatos sobre regulação e respostas a dúvidas reais, intercaladas com enquetes e quizzes nos stories, posts ilustrados, vídeos animados e reels de linguagem popular. Estabelece-se como meta o aumento de 60% no número de seguidores até dezembro e a garantia de que ao menos 20% do tráfego digital da AGRESPI seja proveniente de municípios do interior.

O quinto eixo, **Comunicação Interna e Endomarketing**, reconhece o papel dos servidores e colaboradores como agentes multiplicadores das mensagens institucionais. Este campo de atuação prevê a realização de campanhas de valorização, como “Sou AGRESPI”, que destacará histórias e contribuições individuais; a publicação de boletins internos mensais com resultados e informações relevantes; a implementação de mecanismos de escuta ativa junto aos servidores; e o reconhecimento público de boas práticas e desempenhos de destaque. Também serão oferecidas capacitações voltadas à linguagem cidadã e à escuta qualificada, reforçando o compromisso da Agência com a qualidade e a empatia no atendimento ao público.

A execução integrada desses cinco eixos permitirá que a comunicação da AGRESPI seja não apenas informativa, mas estratégica, educativa e relacional, contribuindo para a consolidação de uma imagem institucional sólida, transparente e participativa.

7. Indicadores e Metas

A mensuração de resultados constitui etapa essencial para avaliar a efetividade das ações previstas no presente Plano, permitindo correções de rota e assegurando a transparência na

execução. Foram definidos indicadores claros, com metas específicas para cada frente de atuação, observando critérios de relevância, mensurabilidade, atingibilidade, realismo e temporalidade (critérios *SMART*).

O primeiro indicador corresponde ao **Crescimento Percentual de Seguidores nas Redes Sociais**, com meta mínima de 60% até o encerramento do exercício, sendo que o número inicial era de 1300 seguidores. Sua mensuração será obtida pela fórmula:

$$\text{Crescimento (\%)} = \frac{\text{Seguidores finais} - \text{Seguidores iniciais}}{\text{Seguidores iniciais}} \times 100$$

A meta foi estabelecida com base no potencial de engajamento identificado nas ações de marketing digital e na necessidade de ampliar significativamente a base de usuários alcançados.

O segundo indicador refere-se ao **Alcance Digital Mensal**, definido como o número total de contas únicas impactadas pelo conteúdo da AGRESPI no período de 30 dias, considerando todas as plataformas oficiais. A meta é superar a marca de 100.000 contas/mês. Hoje, este número está, em média, 50.000/mês. A mensuração será obtida diretamente pelas ferramentas de análise das redes sociais (Instagram Insights, Facebook Analytics e YouTube Studio). Essa meta garante uma presença digital robusta e contínua.

O terceiro indicador é o **Número de Ações Regionais Presenciais**, com meta de no mínimo oito ações no ano, contemplando oficinas, audiências públicas e eventos institucionais no interior do Estado. A mensuração será feita por meio de registro formal de cada evento realizado, constando data, local, público estimado e objetivo da ação. Este indicador fortalece a atuação descentralizada e a proximidade com comunidades fora da capital.

O quarto indicador, **Mídia Espontânea Mensal**, estabelece a publicação mínima de duas matérias mensais na imprensa local ou regional. A mensuração será feita pelo monitoramento de clipping, contabilizando apenas conteúdos de relevância institucional e com menção positiva ou neutra à Agência. Tal meta reforça o papel da assessoria de imprensa na manutenção de um fluxo constante de notícias sobre a atuação da AGRESPI.

O quinto indicador, **Origem Geográfica do Tráfego Digital**, define que pelo menos 20% das visitas e interações nos canais digitais da Agência devem ser provenientes de municípios do interior, dado que o número atual corresponde a apenas 5%. A mensuração será realizada por meio de relatórios de geolocalização do Google Analytics e insights das redes sociais. Esta

meta traduz a prioridade dada à democratização da informação e ao acesso equitativo para todas as regiões do Estado.

Por fim, o sexto indicador, **Índice de Aprovação em Enquetes de Avaliação**, visa alcançar no mínimo 80% de respostas positivas quanto à clareza, utilidade e relevância das informações prestadas pela AGRESPI. As enquetes serão aplicadas periodicamente por meio de formulários online e redes sociais. Este indicador assegura a retroalimentação das ações comunicacionais com base na percepção do usuário, fortalecendo a comunicação responsiva.



8. Monitoramento e Avaliação

O acompanhamento da execução será contínuo e apoiado em ferramentas de monitoramento, como painéis digitais com métricas extraídas das redes sociais e do *Google Analytics*, relatórios mensais de clipping e análise da imprensa, pesquisas de opinião e enquetes online para aferir a compreensão e satisfação do público, além de reuniões trimestrais do Comitê Interno de Comunicação para a análise dos resultados e ajustes estratégicos necessários.

9. Cronograma de Ações-Chave

O calendário proposto contempla eventos e iniciativas distribuídos ao longo do exercício, de modo a garantir periodicidade e constância na comunicação institucional. Em setembro, será promovido evento com gestores municipais, acompanhado de campanha educativa sobre a tarifa social. Em outubro, ocorrerão visitas escolares em municípios do interior do Estado, com atividades educativas voltadas à compreensão do papel da Agência. Em novembro, será lançado o programa “Cidadão Regulador”, com ampla divulgação em múltiplos canais. Por fim, em dezembro, será realizado um encontro com lideranças regionais para apresentar resultados e colher sugestões para o aprimoramento das ações.

Mês	Ação-Chave	Descrição Resumida
Setembro	Evento com gestores municipais + Campanha “Tarifa Social”	Reunião com prefeitos, vereadores e técnicos municipais, acompanhada de campanha educativa sobre benefícios tarifários.
Outubro	Visitas escolares em municípios do interior	Atividades educativas em escolas, com foco na compreensão do papel da AGRESPI e direitos dos usuários.
Novembro	Lançamento do programa “Cidadão Regulador”	Divulgação ampla do programa com uso de múltiplos canais, incluindo redes sociais, rádio e material impresso.
Dezembro	Encontro com lideranças regionais	Apresentação de resultados do ano e coleta de sugestões para o aprimoramento das ações de comunicação.

10. Disposições Finais

O presente Plano Estratégico de Comunicação Institucional, Educativa e Digital, elaborado para o exercício de 2025, representa não apenas o cumprimento de um dever legal,

conforme disposto no artigo 35-D da Lei nº 7.049, de 16 de outubro de 2017, com redação dada pela Lei nº 7.763, de 30 de março de 2022, mas também a consolidação de uma diretriz estratégica da Agência Reguladora dos Serviços Públicos Delegados do Estado do Piauí – AGRESPI.

Sua formulação adota uma abordagem integrada, que alia comunicação institucional, educativa e digital, reconhecendo a importância da informação qualificada e acessível como instrumento para o fortalecimento da cidadania regulatória e do controle social. A implementação das ações nele previstas, mesmo diante de limitações estruturais e orçamentárias, traduz o compromisso da AGRESPI em ampliar sua presença junto à sociedade, alcançar públicos historicamente menos contemplados e tornar-se referência estadual em comunicação pública voltada à regulação.

Ao dispor de metas claras, indicadores mensuráveis e mecanismos de acompanhamento sistemático, este Plano estabelece bases sólidas para que a comunicação institucional seja conduzida de forma planejada, transparente e responsiva. Sua publicação no Diário Oficial do Estado e no portal eletrônico da Agência reforça a política de transparência ativa e possibilita que a sociedade acompanhe, avalie e participe ativamente das ações e resultados alcançados.

Com a aprovação pela Diretoria Colegiada, este instrumento passa a orientar todas as iniciativas comunicacionais da AGRESPI no exercício de 2025, devendo ser periodicamente revisto e atualizado, a fim de assegurar sua aderência às necessidades sociais, institucionais e legais, bem como à evolução dos meios e práticas de comunicação.