

2022

PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Agência Nacional de Águas
e Saneamento Básico



ASCOM

ASSESSORIA
ESPECIAL DE
COMUNICAÇÃO
SOCIAL



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO DA AGÊNCIA	03
SOBRE A ASCOM	06
DIAGNÓSTICO DA ESTRUTURA	09
OBJETIVOS GERAIS	09
PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO	11
DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO	13
NOVO SLOGAN 2026	15

APRESENTAÇÃO DA AGÊNCIA

APRESENTAÇÃO DA AGÊNCIA

A **Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA)** é uma agência reguladora responsável pela implementação da Política Nacional de Recursos Hídricos (PNRH), integrante do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (Singreh) e responsável pela edição de normas de referência para a regulação dos serviços públicos de saneamento básico.

Criada pela **Lei nº 9.984**, de 17 de julho de 2000, a ANA atua com autonomia funcional, administrativa, financeira e decisória, sem subordinação hierárquica e está vinculada ao Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional (MIDR).

A Agência exerce um papel estratégico para o Estado brasileiro. É responsável por regular o uso das águas de domínio da União, emitir outorgas de direito de uso dos recursos hídricos, fiscalizar usos e barragens sob sua competência, coordenar a Rede Hidrometeorológica Nacional e produzir informações que subsidiam decisões relacionadas à gestão de secas e cheias, à operação de reservatórios, ao abastecimento humano, à geração de energia, à agricultura, à navegação, à proteção da população e ao desenvolvimento econômico.

Desde a entrada em vigor do Novo Marco Legal do Saneamento Básico, a ANA também passou a exercer papel central no fortalecimento da regulação do setor, por meio da elaboração de normas de referência que promovem maior segurança jurídica, eficiência regulatória e melhoria da qualidade dos serviços prestados à população.

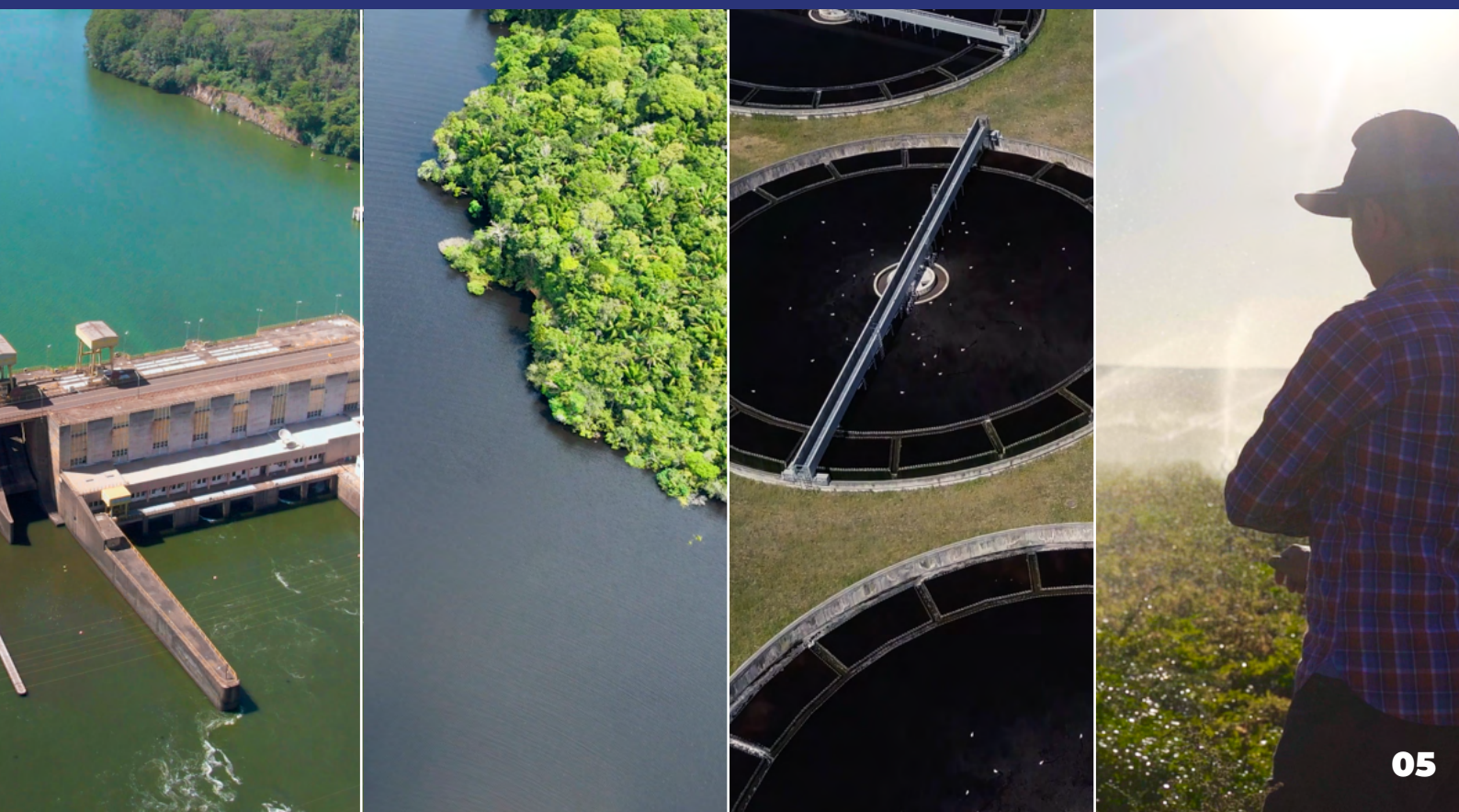
Mais do que gerir recursos hídricos, a ANA contribui para garantir segurança hídrica, desenvolvimento sustentável, resiliência climática e qualidade de vida para a sociedade brasileira.



A Agência atua em cinco áreas estratégicas:

1. **Segurança hídrica e monitoramento:** coordena a Rede Hidrometeorológica Nacional, produz informações hidrológicas, opera sistemas de monitoramento e previsão, coordena o Monitor de Secas, Salas de Crise e Salas de Acompanhamento, além de apoiar a operação de reservatórios estratégicos e a gestão de eventos hidrológicos extremos;
2. **Regulação dos recursos hídricos:** regula o uso das águas de domínio da União por meio da emissão de outorgas, fiscalização dos usos da água, definição de condições operativas de reservatórios e implementação dos instrumentos da Política Nacional de Recursos Hídricos;
3. **Regulação do saneamento básico:** elabora normas de referência para os serviços públicos de abastecimento de água, esgotamento sanitário, manejo de resíduos sólidos urbanos e drenagem urbana, promovendo maior uniformidade regulatória, segurança jurídica e melhoria da prestação dos serviços;
4. **Planejamento, conhecimento e inovação:** produz estudos técnicos, cenários hidrológicos, relatórios de conjuntura, planos de recursos hídricos e sistemas de informação que subsidiam políticas públicas, fortalecem a gestão integrada da água e apoiam decisões estratégicas em diferentes setores; e
5. **Governança e cooperação:** fortalece o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (Singreh), apoia estados, Comitês de Bacia e entidades reguladoras, promove cooperação nacional e internacional e incentiva soluções baseadas na ciência, na inovação e na participação social.

A atuação da ANA está fundamentada na ciência, na regulação, na transparência e na cooperação federativa. Ao integrar monitoramento, planejamento, regulação e produção de conhecimento, a Agência fortalece a capacidade do Estado brasileiro de enfrentar os desafios relacionados à água, promover a segurança hídrica, ampliar a universalização do saneamento básico e contribuir para o desenvolvimento sustentável do país.



SOBRE A ASCOM

ASCOM
ASSESSORIA
ESPECIAL DE
COMUNICAÇÃO
SOCIAL

2026

**PLANO DE
COMUNICAÇÃO
SOCIAL**

SOBRE A ASCOM

Presente na estrutura organizacional da ANA desde sua criação, a **Assessoria Especial de Comunicação Social (Ascom)** é a unidade responsável pela comunicação institucional da Agência. A Ascom tem como missão promover, de forma estratégica, a visibilidade da atuação da Agência junto aos seus públicos internos e externos, zelando pela sua imagem institucional.

A comunicação eficiente é um dos pilares da transparência pública e da prestação de contas à sociedade. Com base nessa premissa, a Ascom desempenha papel fundamental na disseminação de informações sobre a atuação da ANA, fomentando o diálogo com a sociedade.

A Ascom é atualmente composta por três coordenações: a **Coordenação de Relacionamento com a Imprensa e Comunicação Institucional (Coric)**, **Coordenação de Apoio a Relações Públicas, Cerimonial e Eventos (Carpe)** e a **Coordenação Técnica de Comunicação Social (Ctcom)**.

O plano estratégico Institucional 2023-2026 instituiu como objetivo estratégico relacionado à Ascom fortalecer a imagem institucional da ANA, gerando confiança e credibilidade.

Quanto ao objetivo específico de comunicação, a Ascom deve comunicar as atribuições da ANA sobre recursos hídricos, saneamento básico e segurança de barragens aos públicos interno e externo da ANA, utilizando a linguagem simples e destacando o papel estratégico da Agência para a garantia da segurança hídrica e do desenvolvimento do país.

Cabe ressaltar que o Plano de Comunicação Social para 2026 também está sendo produzido de modo a atender ao Art. 16 da Lei nº 13.848/2019, a lei geral das Agências Reguladoras, o qual determina que:

Art. 16. A agência reguladora 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 reguladora e as empresas que compõem o setor regulado.

De modo complementar, para a elaboração do Plano de Comunicação 2026, consultou-se o primeiro Relatório da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), sobre Comunicação Pública, publicado em 2021. O relatório examina as estruturas, práticas e principais tendências para comunicação pública dos governos de 46 países. Além disso, analisa como essa importante função governamental contribui para melhores políticas e serviços, além de contribuir para a construção de ecossistemas de informação mais resilientes.

Nesse sentido, o Plano de Comunicação da Ascom se alinha às principais recomendações contidas no relatório, a saber: o uso da comunicação como ferramenta estratégica institucional, a criação de políticas e planos de comunicação integrados, a adaptação às mudanças tecnológicas e a promoção da participação cidadã.

Segundo o Regimento Interno, à **Coric** compete:

CORIC

- Elaborar estratégias de relacionamento com a imprensa e divulgação para a sociedade e o público interno;
- Coordenar a relação entre a ANA e os veículos de comunicação;
- Indicar, capacitar e acompanhar porta-vozes;
- Organizar entrevistas coletivas;
- Produzir e distribuir conteúdos jornalísticos;
- Monitorar a imagem institucional da ANA na imprensa;
- Produzir materiais institucionais (audiovisuais e impressos);
- Planejar ações de comunicação interna e campanhas de engajamento institucional;
- Avaliar o uso da identidade visual da ANA e propor sua aplicação em materiais.

À **Ctcom** compete:

CTCOM

- Gerenciar e acompanhar a execução das atividades operacionais e administrativas da Ascom;
- Articular o trabalho entre as coordenações subordinadas (Coric e Carpe), promovendo integração e fluidez nos processos;
- Planejar, distribuir e monitorar as demandas recebidas pela Ascom, garantindo cumprimento de prazos e entregas com qualidade;
- Apoiar a gestão de contratos e processos licitatórios vinculados à comunicação institucional;
- Supervisionar a elaboração de planejamento gráfico, ações de divulgação e cobertura de eventos para assegurar a sinergia necessária à realização de comunicação integrada;
- Representar a Ascom em reuniões internas ou externas quando designado pelo Assessor Especial;
- Operacionalizar a produção do plano de comunicação da ANA;
- Garantir o funcionamento diário e a organização interna da Ascom;
- Operacionalizar o planejamento orçamentário e financeiro da Ascom.

- Implementar estratégias de relacionamento com os públicos da ANA por meio de ações de relações públicas;
- Apoiar a construção e disseminação do posicionamento institucional;
- Coordenar atividades administrativas e de cerimonial relativas a eventos;
- Planejar eventos internos e externos promovidos pela ANA;
- Coordenar atividades de patrocínio e apoio institucional;
- Estimular uma cultura organizacional forte e coesa entre servidores e colaboradores.

ESTRUTURA ATUAL DA ASCOM



DIAGNÓSTICO DA ESTRUTURA

A comunicação da ANA apresenta elementos estratégicos relevantes, como equipe qualificada, credibilidade institucional e bom relacionamento com a imprensa, que sustentam sua atuação estruturada e planejada. Contudo, historicamente enfrentou fragilidades basilares, como déficit de pessoal, limitações operacionais, ausência de planejamento e baixa integração institucional, resultando em atuação reativa e com baixa previsibilidade. Em 2025, houve avanços importantes, com recomposição parcial da estrutura e reposicionamento da comunicação como ferramenta estratégica. Ainda assim, persistem lacunas, especialmente em governança, protagonismo institucional e gestão de crises, evidenciando a necessidade de consolidar a Ascom como área estratégica da alta gestão. Nesse contexto, a comunicação encontra-se em um ponto de inflexão, demandando fortalecimento estrutural, definição de processos e ampliação de sua atuação integrada para sustentar uma abordagem mais proativa, eficiente e orientada por resultados.

OBJETIVOS GERAIS

Consolidar a comunicação como função estratégica, integrada e orientada por resultados.

EIXOS ESTRATÉGICOS

- Posicionamento Institucional
 - Realização de Eventos e Relações Públicas
- Gestão de Processos de Comunicação
 - Comunicação Digital
 - Estrutura Operacional

GOVERNANÇA PROPOSTA	PRINCIPAIS ENTREGAS 2026	INDICADORES E MONITORAMENTO
• Criação: Mapa de Processos da Ascom; • Rede de pontos focais nas áreas; • Participação da Ascom em decisões estratégicas.	• Mapa de processos da Ascom; • Ampliação da presença na mídia.	• Inserções qualificadas na mídia; • Engajamento Digital; • Participação Interna; • Tempo de resposta em crises; • Execução de metas.

EIXOS ESTRATÉGICOS
QUADRO DE METAS

EIXO ESTRATÉGICO	META	INDICADOR KPI	PRAZO	RESPONSÁVEL
Posicionamento Institucional	Ampliar presença qualificada na mídia	12 pautas estratégicas em veículo nacionais	Dez/2026	Coric
Comunicação Digital	Expandir alcance e engajamento digital	Crescimento de 5% seguidores + aumento de engajamento	Dez/2026	Coric
Gestão de Processos de Comunicação	Estabelecer e estruturar mapa de processos da ASCOM	Processos estruturados e formalizados	Nov/2026	Ctcom
Estrutura Operacional	Fortalecer a gestão contratual	Aprimoramento nos processos de gestão e fiscalização contratual	Dez/2026	Ctcom, Carpe e Coric
Eventos e RP	Executar eventos estratégicos	Número de eventos realizados com avaliação positiva	Dez/2026	Carpe

PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO

INTERNO

Dirigentes, servidores(as), colaboradores(as), estagiários(as).

EXTERNO

- Imprensa internacional, nacional, regional e especializada, que exerce papel relevante na mediação entre a Agência e a sociedade;
- Organizações da sociedade civil, movimentos socioambientais, organizações não governamentais e representantes de comunidades atingidas por obras ou por eventos climáticos extremos;
- Comitês de bacias hidrográficas e demais integrantes do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (SINGREH);
- Agências reguladoras infranacionais de saneamento básico (municipais, intermunicipais, estaduais e distrital);
- Prestadores dos serviços de saneamento básico em suas diferentes vertentes: abastecimento de água potável, esgotamento sanitário, limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos, além de drenagem e manejo de águas pluviais urbanas;
- Instituições de ensino desde o ensino fundamental até a pós-graduação;
- Acadêmicos e pesquisadores das áreas de recursos hídricos, meio ambiente, engenharia e saneamento básico;
- Entidades do setor elétrico, especialmente ligadas à geração hidrelétrica e à gestão de reservatórios de aproveitamentos hidrelétricos;
- Diferentes usuários da água, como os setores de abastecimento urbano, abastecimento rural, irrigação agrícola, uso animal, industrial, mineração, termelétrico, turismo, navegação, entre outros;
- Órgãos de controle, como o Tribunal de Contas da União (TCU), Controladoria Geral da União (CGU) e Ministério Público;
- Órgãos públicos dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, especialmente aqueles que atuam com temas correlatos à água, clima, meio ambiente, defesa civil, energia e desenvolvimento regional.

Uma comunicação institucional eficaz depende da correta identificação dos públicos com os quais a organização interage. No caso da ANA, a comunicação institucional deve considerar a diversidade e a complexidade dos públicos com os quais se relaciona, direta ou indiretamente. Cada segmento demanda abordagens específicas, linguagens adequadas e canais diferenciados de interlocução.

O público interno precisa ser permanentemente informado, incentivado e valorizado por meio de ações de comunicação interna e endomarketing. Por outro lado, os públicos externos abrangem uma ampla gama de atores com interesses distintos e, muitas vezes, complementares, o que pode exigir estratégias de comunicação diversas.

DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO

DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO

Para nortear o trabalho desempenhado pela Ascom, foi aprovada a Política de Comunicação Social da ANA, por meio da Portaria ANA nº 453, de 12 de julho de 2023.

Segundo esse normativo, as diretrizes da Política são as seguintes:

- I** - promover, orientar e normatizar a comunicação integrada entre a ANA e seus públicos de relacionamento, de forma coordenada e sinérgica;
- II** - promover, preservar e defender a marca e a identidade corporativa da ANA, reforçando seus atributos positivos;
- III** - reforçar a unidade institucional para o público externo, evitando-se a menção a UORG's específicas da Agência em ações de comunicação dessa natureza;
- IV** - buscar continuamente conhecer as opiniões, necessidades e expectativas dos públicos interno e externo, assim como pautar a produção da comunicação por meio do conhecimento técnico e pela utilidade pública;
- V** - privilegiar o conjunto de fatos e situações que justificam a comunicação, evitando a personificação das ações de comunicação focalizadas nos dirigentes e demais servidores da Agência;
- VI** - adequar a linguagem aos públicos de destino das mensagens, adotando, como regra geral, as técnicas de linguagem simples, priorizando uma forma compreensível de comunicação para o cidadão e reservando a linguagem técnica para o setor regulado;
- VII** - manter canais e processos de comunicação constantes e disponíveis para a informação e a participação dos públicos de relacionamento;
- VIII** - instituir e manter procedimentos para identificação de situações de risco para a imagem da instituição e para o enfrentamento de crises no âmbito comunicacional;
- IX** - fomentar a inovação, a acessibilidade e a inclusão social em processos de comunicação e relacionamento com públicos estratégicos;
- X** - mencionar servidores em divulgações sobre sua atuação institucional; e
- XI** - dar publicidade em casos de falecimento de servidores, colaboradores, ex-servidores e ex-colaboradores da Agência.

NOVO SLOGAN 2026

NOVO SLOGAN 2026

O slogan “Água que chega, igualdade que se fortalece” foi criado para reforçar a ideia de que o acesso à água e ao saneamento básico deve ser um direito universal.

Além disso, a escolha dialoga diretamente com o tema da Organização da Nações Unidas (ONU) para 2026: “onde a água flui, a equidade floresce”, um tema que enfatiza os conceitos de água e gênero, além de salientar o acesso igualitário e sustentável à água e ao saneamento como pilares do desenvolvimento humano, da justiça social e da dignidade.

Historicamente, mulheres e meninas são afetadas de forma desproporcional pelos desafios relacionados à água em função de papéis de gênero arraigados, infraestrutura inadequada, sub-representação, financiamento limitado, normas sociais restritivas e desigualdades sistêmicas. Nesse sentido, o slogan ressalta a importância da inclusão e da equidade na distribuição e no acesso aos recursos.

Ademais, relatórios recentes da ONU apontam que o mundo entrou em um estado de falência hídrica, indicando que os sistemas naturais de águas estão sofrendo danos irreversíveis e declínio a longo prazo.

Assim, o slogan sintetiza uma mensagem clara e mobilizadora: a água e o saneamento depende do engajamento coletivo e de políticas públicas inclusivas, sustentáveis e comprometidas com o bem-estar de todos.

Água que chega,
igualdade que
se fortalece.

