

PLANO DE COMUNICAÇÃO 2025



ANVISA

Agência Nacional de Vigilância Sanitária

Plano Anual de Comunicação da Anvisa – 2025

A Comunicação Social na Anvisa.....	3
Competências.....	3
Estrutura.....	3
Atribuições	4
Equipe.....	5
Públicos prioritários	6
Canais	6
Planejamento para 2025.....	7
Objetivo da Comunicação da Anvisa para 2025.....	7
Projetos e Ações.....	8
Contratos.....	10
Metas e Mensuração de Resultados	11
Gestão de riscos Operacionais.....	11

A COMUNICAÇÃO SOCIAL NA ANVISA

A Comunicação Social da Anvisa é coordenada pela Assessoria de Comunicação, que está diretamente subordinada ao gabinete da presidência da Agência.

A estratégia de comunicação da instituição é regida pela Política de Comunicação da Anvisa e pautada pelos princípios da Comunicação Pública.

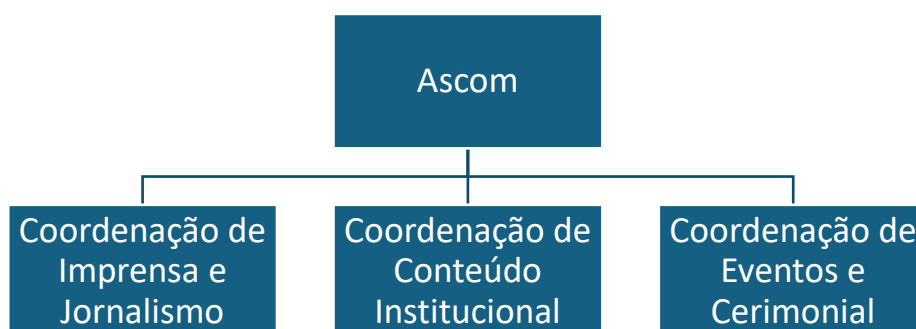
Competências

São competências da Ascom, segundo o regimento interno da Anvisa:

- I - Coordenar as atividades de comunicação da Agência, relativas às atribuições próprias da comunicação institucional, da comunicação interna e de assessoria de imprensa;
- II - Realizar as atividades de assessoria de imprensa da Anvisa;
- III - Formular e supervisionar a política e os planos anuais de comunicação da Anvisa;
- IV - Divulgar e zelar pela imagem institucional da Anvisa;
- V - Assessorar o nível estratégico e tático da Agência e fornecer o suporte técnico para as tomadas de decisão; e
- VI - Supervisionar as atividades relativas aos eventos internos e externos promovidos pela Agência.

Estrutura

Para o desenvolvimento de suas atividades, a Ascom conta com três coordenações temáticas: de Imprensa e Jornalismo, de Conteúdo Institucional, e de Eventos e Cerimonial.



Atribuições

Coordenação de Imprensa e Jornalismo

Art. 42. Compete à Coordenação de Imprensa e Jornalismo:

- I - Coordenar a divulgação de informações institucionais relevantes para os públicos internos e externos da Anvisa;
- II - Assistir os gestores e servidores da Agência no relacionamento com os veículos de comunicação;
- III - Acompanhar o tratamento dispensado à Anvisa pelos diversos veículos de comunicação;
- IV - Divulgar dados e informações institucionais relevantes para o público externo;
- V - Estabelecer parcerias da Anvisa com instituições responsáveis pela captação, produção e difusão de notícias;
- VI - Propor estratégias para divulgação de informações da Anvisa na mídia; e
- VII - Acompanhar e monitorar a agenda de discussões da Diretoria Colegiada, para a produção de pautas jornalísticas.

Coordenação de Conteúdo Institucional

Art. 43. Compete à Coordenação de Conteúdo Institucional:

- I - Coordenar as ações de:
 - a) Comunicação institucional, voltadas aos públicos interno e externo da Anvisa; e
 - b) Publicidade institucional e de utilidade pública;
- II - Implementar ferramentas institucionais de comunicação externa e interna, no campo da comunicação social;
- III - Gerir:
 - a) as estratégias de comunicação digital da Anvisa nas redes e mídias sociais; e
 - b) o sítio eletrônico da Anvisa na internet;
- IV - Criar e divulgar produtos institucionais de comunicação voltados ao público externo e interno;

- V - Definir o padrão visual dos ambientes virtuais, do sítio eletrônico e da intranet da Anvisa;
- VI - Elaborar e gerir projetos visuais de produtos de comunicação;
- VII - Zelar e orientar as unidades organizacionais para a preservação da identidade visual da Agência.
- VIII - Emitir relatório anual da produção editorial da Anvisa;
- IX - Realizar o depósito legal e a catalogação das publicações, junto às autoridades e órgãos responsáveis; e
- X - Cumprir a legislação vigente referente aos direitos autorais.

Coordenação de Eventos e Cerimonial

Art. 44. Compete à Coordenação de Eventos e Cerimonial:

I - Coordenar:

- a) as atividades relativas aos eventos promovidos pela Anvisa ou dos quais a Agência participe;
- b) as atividades relativas à montagem e organização de estandes promovidos pela Agência ou em que esta tenha participação; e
- c) as ações de cerimonial, protocolo e relações públicas da Agência e a execução de eventos específicos.

II - Subsidiar as unidades organizacionais no planejamento e na organização de eventos;

III - Gerir a utilização do auditório da Agência, das salas de reunião e salas de treinamento, bem como os multimeios eletroeletrônicos e didáticos utilizados nos eventos promovidos pela Agência;

IV - Assessorar nas atividades de relações públicas da Agência;

V - Divulgar às autoridades competentes a realização de eventos promovidos ou apoiados pela Agência.

Equipe

A Comunicação da Anvisa conta atualmente com 30 pessoas, com a seguinte distribuição:

- 19 servidores
- 5 estagiários
- 4 colaboradoras terceirizadas de apoio administrativo
- 4 consultores da Unesco

Públicos prioritários

Público externo:

- Público externo:
- População usuária de produtos e serviços regulados pela Anvisa
- Setor regulado/-produtivo
- Veículos de mídia
- Profissionais de saúde

Público interno:

- Servidores
- Gestores
- Estagiários
- Colaboradores terceirizados

Canais:

- Redes sociais: Instagram, LinkedIn, Facebook, Youtube, X, Bluesky,
- Portais: Gov.br/anvisa e Intranet (Intravisa)
- Lista de transmissão no WhatsApp para jornalistas
- E-mail marketing para o público interno
- Materiais audiovisuais (vídeos, publicações, murais, banners, identidade de eventos, estandes etc.)
- Eventos institucionais (presenciais e remotos)

PLANEJAMENTO PARA 2025

Objetivo da Comunicação da Anvisa para 2025

Aprimorar as ações de comunicação, para que a Anvisa seja reconhecida por seus públicos como fonte de informação confiável, por meio do uso de conhecimento técnico-científico, linguagem simples e atuação com foco no usuário.

Preparação do Planejamento

O Plano de Comunicação Estratégica da Anvisa, elaborado pela Assessoria de Comunicação (Ascom) apresenta as ações previstas pela Assessoria e as iniciativas planejadas pelas unidades organizacionais da Agência para o ano de 2025.

A coleta de informações junto às áreas técnicas e unidades vinculadas foi feita por meio do Memorando-Circular nº 1/2024/SEI/ASCOM/GADIP/ANVISA, Processo nº 25351.826115/2024-53, em 14/11/2024.

As ações de comunicação serão orientadas pelo planejamento estratégico e gestão de riscos da Agência, a agenda regulatória e as prioridades definidas pela Diretoria Colegiada. O Planejamento de Comunicação está baseado ainda no mapeamento de riscos de imagem e no monitoramento de mídias.

A execução das atividades de comunicação social será priorizada de acordo com o caráter estratégico e com a disponibilidade de recursos humanos e financeiros na Assessoria de Comunicação.

Para suportar as ações previstas, será necessária a contratação de consultores, produtos e serviços especializados.

Não estão listadas neste plano as ações de divulgação rotineiras ou periódicas relacionadas a projetos e processos da Anvisa.

Projetos e Ações

Ações voltadas ao público interno	Ação/Projeto	Objetivo	Prazo/data de realização
	Campanhas de apoio às áreas técnicas, para engajamento das pessoas em temas como planejamento estratégico, modernização da gestão, sustentabilidade, qualidade de vida e diversidade na Anvisa.	Contribuir para a efetividade da gestão e construção da cultura organizacional	fevereiro a dezembro
	Revisão do projeto editorial da Intravisa.	Atender as necessidades atuais do público interno e gerar maior efetividade da gestão institucional.	agosto
	Projeto de vídeos para retratar a memória institucional da Agência	Fortalecer a cultura corporativa e preservar os registros da história da Anvisa.	março a dezembro
	Produção de vídeo institucional atemporal para apresentação da Agência e de suas atividades.	Suprir a Anvisa de material audiovisual a ser utilizado nos eventos e em apresentações da Agência.	setembro
Ações voltadas ao público externo	Ação/Projeto	Objetivo	Prazo/data de realização
	Acompanhamento e cobertura de ações e eventos estratégicos.	Dar visibilidade à atuação da Anvisa para seus públicos.	fevereiro a dezembro

	Campanhas educativas sobre temas prioritários como comunicação de risco, estética com segurança, notificação de eventos adversos e segurança do paciente, consumo seguro de alimentos.	Orientar os usuários de produtos e serviços regulados pela Anvisa sobre práticas e comportamentos que protejam a sua saúde e a saúde coletiva.	fevereiro a dezembro
	Apoio ao projeto de ampliação do portal em inglês da Anvisa.	Dar visibilidade à atuação da Anvisa no âmbito internacional.	fevereiro a dezembro
	Apoio à divulgação de iniciativas e mecanismos de participação social.	Ampliar e estimular a participação de agentes interessados nos processos de construção regulatória da Anvisa.	fevereiro a dezembro
	Desenvolvimento de páginas temáticas com foco no usuário de serviços regulados utilizando linguagem simples e layouts mais atraentes visualmente.	Facilitar a compreensão sobre temas relevantes para a segurança sanitária.	maio a outubro
	Realização campanha de conscientização sobre DEFs.	Efetivar a decisão de proibição e proteger as pessoas dos riscos do uso desses produtos.	maio/ junho
	Elaboração e publicação do Relatório de Gestão da Anvisa	Divulgar os resultados do desempenho anual da Agência.	abril

	Pesquisa de imagem da Anvisa	Identificar de forma estruturada as percepções públicas sobre a Agência	outubro
Aprimoramento de processos internos da Ascom	Ação/Projeto	Objetivo	Prazo/data de realização
Ações	Revisão do projeto editorial das redes sociais.	Atualizar as estratégias de uso das redes sociais aos novos contextos	setembro a novembro
	Atualização e divulgação da Política de Comunicação da Anvisa.	Adequar as diretrizes de comunicação ao atual contexto de comunicação pública.	julho
	Publicação do Manual de Eventos da Anvisa.	Aprimorar o processo de solicitação e realização de eventos na Anvisa.	junho

Contratos

Para executar as ações descritas neste plano de comunicação estratégica, a Ascom depende, dentre outros recursos, da contratação de serviços de suporte às atividades, além do contrato de eventos corrente.

Objeto	Contratada	Contrato
Empresa de Eventos	Viver Eventos	12/2023
Serviço de clipping	Em fase de finalização do TR para contratação	Previsão - ainda em 2025

Contrato de monitoramento de mídias	Em fase de estudos para licitação	Previsão - 2026
Contrato de agência de serviços de comunicação	Em fase de estudos para licitação	Previsão - 2026
Manutenção e renovação de contratos com consultores	Parcerias com organismos internacionais	SC01103/2024 (Unesco), SC00743/2024 (Unesco), SC001067/2024 (Unesco)

Metas e Mensuração de Resultados

Para mensurar os resultados dos principais processos de trabalho, a Ascom irá utilizar, em 2025, os seguintes indicadores de desempenho:

- Percentual de execução do Plano de Comunicação.
- Engajamento de posts no Instagram.
- Percentual de demandas de imprensa e de entrevistas atendidas.
- Grau de satisfação com os eventos realizados pela Anvisa.
- Percentual de eventos realizados fora do plano anual.

Gestão de Riscos Operacionais

A previsão de riscos que podem impactar negativamente a execução do Plano de Comunicação, bem como as medidas de contingência a serem adotadas estão descritas na Matriz de Risco do Plano de Comunicação.