

PORTARIA Nº 830/ANVISA, DE 7 DE JULHO DE 2025

Institui a Política de Comunicação Institucional da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

O DIRETOR-PRESIDENTE SUBSTITUTO DA AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, no uso das suas atribuições, tendo em vista o art. 172, XII, aliado ao art. 203, III, § 3º, do Regimento Interno aprovado pela Resolução da Diretoria Colegiada - RDC nº 585, de 10 de dezembro de 2021, resolve:

Art. 1º A Política de Comunicação tem como objetivo estabelecer as diretrizes, responsabilidades e ferramentas da comunicação institucional da Anvisa.

CAPÍTULO 1 - ABRANGÊNCIA

Art. 2º A Comunicação Institucional da Anvisa abrange:

- I. A definição de estratégias, diretrizes e responsabilidades relacionadas às ações de comunicação;
- II. A indicação dos instrumentos e meios adequados para cada ação de comunicação;
- III. O fortalecimento da imagem da Anvisa como órgão regulador nacional e instituição de referência internacional;
- IV. As ações de comunicação interna;
- V. O relacionamento com a imprensa;
- VI. O planejamento e a execução de eventos;
- VII. O planejamento, a execução e o gerenciamento de ações de publicidade institucional;
- VIII. A concepção, produção e gestão de conteúdos para canais digitais, mídias sociais, e outros meios de informação e comunicação.

CAPÍTULO 2 - PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

Art. 3º As ações de comunicação da Anvisa obedecerão aos princípios estabelecidos pela Constituição Federal e aos princípios e diretrizes gerais da Administração Pública relativos à Comunicação Pública.

Art. 4º As atividades de comunicação não podem se pautar por condutas racistas, homofóbicas, discriminatórias ou relacionadas a qualquer tipo de assédio.

Art. 5º A comunicação da Anvisa impulsionará a adoção de práticas inovadoras de gestão e governança sustentáveis, com foco na redução do impacto ambiental das atividades dos produtos e serviços relacionados à sua atuação.

Art. 6º São diretrizes da comunicação institucional da Anvisa:

- I. Transparência das ações da Agência;
- II. Proteção de dados pessoais;
- III. Clareza da informação, com o uso da Linguagem Simples;
- IV. Foco no interesse público e estratégias de diálogo com os públicos interessados;
- V. Impessoalidade dos conteúdos e produtos;
- VI. Ética e responsabilidade nas ações de comunicação;
- VII. Integridade e fortalecimento da imagem institucional da Anvisa;
- VIII. Divulgação de informações baseadas em evidências científicas;
- IX. Adequação das mensagens e produtos às necessidades dos diferentes públicos de interesse;
- X. Criatividade e inovação;
- XI. Agilidade e apuração rigorosa das informações;
- XII. Disponibilidade de dados atualizados e corretos;
- XIII. Reconhecimento dos determinantes sociais e da pluralidade nas ações de comunicação, que devem ser inclusivas, plurais e democráticas.

CAPÍTULO 3 - OBJETIVOS

Art. 7º São objetivos da Comunicação Institucional da Anvisa:

- I. Promover estratégias para divulgar a atuação da Anvisa como órgão regulador de referência;
- II. Garantir a transparência das ações e decisões da Anvisa;
- III. Contribuir para a promoção e melhoria das condições de saúde da população brasileira, conforme preconiza o Sistema Único de Saúde (SUS);
- IV. Fortalecer e preservar a credibilidade da imagem da Anvisa;

Boletim de Serviço

V. Promover a imagem institucional da Anvisa de forma ética e responsável;

VI. Zelar pela identidade visual e textual da Anvisa, em todos os produtos de comunicação;

VII. Adotar estratégias para combater a desinformação;

VIII. Definir orientações, normas e critérios sobre padrões e procedimentos, formatos, veículos e apresentação das comunicações da Anvisa;

IX. Divulgar iniciativas, ações e serviços da Anvisa de forma sistemática, em linguagem acessível e didática;

X. Consolidar a relação da Anvisa com a sociedade, fomentando a participação social e a cidadania;

XI. Adotar tecnologias inovadoras para tornar a comunicação da Anvisa atualizada às dinâmicas tecnológicas e culturais da sociedade;

XII. Conectar as pessoas da Anvisa – servidoras(es), colaboradoras(es) e gestoras(es), de forma humanizada, por meio de ações voltadas ao público interno;

XIII. Capacitar permanentemente os servidores da Assessoria de Comunicação, para ampliação de sua formação técnica e atualização acerca dos recursos tecnológicos e das ferramentas de comunicação.

CAPÍTULO 4 - GOVERNANÇA

Art. 8º Todas as atividades de comunicação da Anvisa devem observar as diretrizes da Política de Comunicação, para que se obtenha padronização da identidade visual, do discurso e dos formatos utilizados.

Art. 9º Compete à Assessoria de Comunicação:

I. Gerir, planejar e executar as atividades de comunicação: produção de conteúdo, relacionamento com a imprensa, eventos e redes sociais;

II. Elaborar, supervisionar, executar e avaliar o Plano Anual de Comunicação;

III. Gerir o uso da marca Anvisa.

Art. 10. A governança das redes sociais e portais da Anvisa obedecerá às seguintes normas e diretrizes:

I. Compete à Ascom a criação e o gerenciamento dos canais institucionais da Anvisa (portais, mídias sociais e outros);

II. Não é permitida a criação de novos perfis e sites de caráter institucional pelas demais áreas da Agência, sem expressa anuência da Ascom;

Boletim de Serviço

III. Os perfis de mídias sociais e os portais da Anvisa são canais de transmissão de conteúdo. As áreas técnicas são responsáveis por manterem o repositório das informações em outros meios disponíveis;

IV. Ao utilizarem as mídias sociais pessoais, os gestores, servidores e demais colaboradores devem zelar para que manifestações de caráter pessoal não sejam consideradas indevidamente como institucionais, seja no exercício de suas funções ou fora dele;

V. Em caso de recebimento de dúvidas, sugestões ou denúncias pelas redes sociais, os usuários devem ser orientados a oficializar o pedido pelos canais oficiais de atendimento ao público, disponibilizados no Portal da Anvisa.

CAPÍTULO 5 - A MARCA ANVISA

Art. 11. A marca Anvisa é patrimônio imaterial e deverá ser protegida, nos termos da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, que regula os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, incluindo as marcas e patentes.

Art. 12. O uso da marca da Anvisa deve contribuir para o reconhecimento do papel da Anvisa pela sociedade.

Art. 13. A aplicação e utilização da marca da Anvisa deverá seguir as orientações contidas no Manual de uso da marca da Anvisa.

Art. 14. A Anvisa adotará linhas de identidade visual e institucional que protejam sua marca e sua imagem institucional.

Art. 15. A logomarca da Anvisa não deverá ser utilizada para fins particulares, fora dos padrões especificados em manual ou em peças ou ações com fins comerciais ou contrários às diretrizes desta Política de Comunicação.

Art. 16. O uso da marca da Anvisa somente poderá ocorrer após análise e autorização formal da área de comunicação.

CAPÍTULO 6 - DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 17. A Política de Comunicação de que trata a presente Resolução deverá ser revisada periodicamente.

Art. 18. Cabe à Assessoria de Comunicação elaborar e implementar manuais operacionais com base na presente Política.

Art. 19. Fica revogada a Portaria 1.649/2013 Anvisa, publicada no Boletim de Serviço nº 50, de 14 de outubro de 2013, pág. 21.

Art. 20. Esta Portaria entra em vigor na data da sua publicação.

Boletim de Serviço**RÔMISON RODRIGUES MOTA****Diretor-Presidente Substituto**