

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO

Publicado em: 04/11/2024 | Edição: 213 | Seção: 1 | Página: 136

Órgão: Ministério da Saúde/Fundação Nacional de Saúde

PORTARIA N° 2.438, DE 31 DE OUTUBRO DE 2024

Aprova a atualização do Plano de Comunicação Institucional da Fundação Nacional de Saúde - PCI-Funasa.

O PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO NACIONAL DE SAÚDE, no uso das atribuições que lhe foram conferidas pelo art. 18, incisos II e X, respectivamente, do Decreto nº 11.223, de 5 de outubro de 2022, publicado no DOU de 6 de outubro de 2022, que aprovou o Estatuto da Funasa, e

CONSIDERANDO o disposto no Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, que trata das ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

CONSIDERANDO a Instrução Normativa SECOM/SG-PR nº 1, de 27 de julho de 2017, que dispõe sobre a conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

CONSIDERANDO que o Aperfeiçoamento da Comunicação Institucional é um objetivo estratégico de gestão e está definido como OE 15, conforme o disposto no inciso VII do art. 18 da Portaria Funasa nº 7.553, de 14/12/2018;

CONSIDERANDO o disposto no art. 20 da Portaria Funasa nº 1.725, de 23 de março de 2020, que aprova a Política de Comunicação Institucional da Fundação Nacional de Saúde - Funasa e dá outras providências;

CONSIDERANDO o disposto no art. 2º da Portaria Funasa nº 7.654, de 30 de dezembro de 2022, que aprova o Plano de Comunicação Institucional da Fundação Nacional de Saúde - PCI-Funasa (versão 1.4);

CONSIDERANDO o disposto nos §1º e §2º do art. 1º da Portaria Funasa nº 1.554, de 26 de dezembro de 2023, que remanejou as metas, planos e programas estruturantes do exercício de 2023 para o exercício de 2024, para os titulares das unidades operacionais da presidência responsáveis pelos planos e programas estruturantes, apresentarem a repactuação das metas, dos planos e dos programas remanejados de 2023 para 2024, considerando: (i) a capacidade operacional e a força de trabalho disponível para 2024 visando ao alcance a meta; e (ii) mérito da meta considerando a Lei Orçamentária Anual 2024;

CONSIDERANDO o disposto no art. 1º da Portaria Funasa nº 168, de 12 de março de 2024, posteriormente alterado pela Portaria nº 635, de 22 de maio de 2024, que prorrogou até 31 de outubro de 2024 o prazo estipulado no §1º da Portaria 1.554, de 26 de dezembro de 2023;

CONSIDERANDO o disposto no Art. 2º da Portaria nº 635, de 22 de maio de 2024, que prorrogou até 22 de novembro de 2024 o prazo estabelecido no art. 2º da Portaria nº 168, de 12 de março de 2024, para publicação das peças de planejamento; e

CONSIDERANDO o constante dos autos dos processos nº 25100.011342/2019-76 e 25100.003505/2023-23, resolve:

Art. 1º Aprovar a atualização do Plano de Comunicação Institucional da Fundação Nacional de Saúde - PCI-Funasa - para a versão 1.5 deste.

Art. 2º As ações do PCI-Funasa, versão 1.4, anteriormente aprovadas pela Portaria Funasa nº 7.654/2022 e prorrogadas pela Portaria Funasa nº 1.554/2023, bem como suas metas e atividades, ficam repactuadas e atualizadas, de acordo com novo plano de trabalho, constante no Plano PCI-Funasa, v. 1.5., conforme disposto no anexo I desta Portaria.

Art. 3º O Anexo I desta portaria contendo a íntegra do Plano PCI-Funasa, v. 1.5, será disponibilizado para livre acesso, por meio da publicação do documento nos canais de comunicação da intranet e do sítio institucional do órgão na Internet.

Art. 4º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

ALEXANDRE RIBEIRO MOTTA
Interino

Este conteúdo não substitui o publicado na versão certificada.





MINISTÉRIO DA SAÚDE
FUNDAÇÃO NACIONAL DE SAÚDE
GABINETE DA PRESIDÊNCIA
COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E CERIMONIAL

PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA FUNASA

(PCI-FUNASA)

v 1.5 - OUT/2024

ANEXO I DA PORTARIA FUNASA Nº 2438/2024



MINISTÉRIO DA
SAÚDE

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

2024. Fundação Nacional de Saúde.



Essa obra é disponibilizada nos termos da Licença Creative Commons – Atribuição – Não Comercial – Compartilhamento pela mesma licença 4.0 Internacional. É permitida a reprodução parcial ou total dessa obra, desde que citada a fonte. A coleção institucional da Fundação Nacional de Saúde pode ser acessada, na íntegra, na Biblioteca Eletrônica em: <<http://www.funasa.gov.br/site/publicacoes/>>

Tiragem: 5^a edição – revisada - 2024 – versão eletrônica

Elaboração, distribuição e informações:

FUNDAÇÃO NACIONAL DE SAÚDE
Gabinete da Presidência (Gabpr)
Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc)
SAUS Quadra 04 Bloco N 7º andar – ala sul - Tel.: (61) 3314-6440
CEP: 70.070-040 – Brasília/DF
Home page: <http://www.funasa.gov.br>

Ficha Catalográfica

Brasil. Fundação Nacional de Saúde.

Plano de comunicação institucional da Funasa: PCI – Funasa / Fundação Nacional de Saúde.
Brasília : Funasa, 2024.

65 p.

ISBN:

1. Comunicação. 2. Planejamento. 3. Administração Pública I. Título.

CDU.659

Catalogação na fonte – Divisão de Museu e Biblioteca – Funasa

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	5
2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	6
2.1 Características gerais do órgão e de sua comunicação social	6
2.2 Análise da imagem institucional	8
2.3 Públicos de interesse	10
2.4 Análise SWOT (Matriz FOFA)	11
2.5 Produtos e serviços de comunicação atuais	13
3 PLANO DE AÇÃO PARA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA	18
3.1 Objetivo geral do plano.....	18
3.2 Objetivos Específicos de Comunicação (OEC's)	19
3.3 Iniciativas e ações para consecução dos objetivos específicos	19
4 PLANO DE TRABALHO	23
5 DIRETRIZES PARA AFERIÇÃO DOS RESULTADOS.....	68
REFERÊNCIAS	71

1. APRESENTAÇÃO

A Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc) do Gabinete da Presidência (Gabpr) da Fundação Nacional de Saúde (Funasa) é a unidade administrativa organizacional responsável pela execução das atividades relacionadas com o 15º objetivo estratégico, intitulado “OE 15 - *Aperfeiçoar a Comunicação Institucional*”, conforme determinado pela Portaria Funasa nº 7.553/2018, que aprova o Plano Estratégico da Funasa para o período de 2018 à 2023 e que foi publicada no D.O.U de 20/12/2018, seção I, pág. 185. O PCI-Funasa foi elaborado em conformidade com os princípios e diretrizes estabelecidos pelo Decreto nº 6.555/2008 e a sua última versão atualizada (1.4), com as ações para execução no exercício de 2023, foi aprovada pela Portaria Funasa nº 7.654, de 30/12/2022.

No entanto, em 2 de janeiro de 2023, a Funasa foi surpreendida com a publicação da [Medida Provisória nº 1.156, de 1º de janeiro de 2023](#), em edição extra da seção 1, do Diário Oficial da União (DOU), cuja ementa determinou **a extinção da Fundação e a absorção de suas competências, patrimônio e pessoal pela administração pública federal direta**. A MPV nº 1.156/2023 teve validade imediata, com força de Lei, mas o texto ainda precisaria ser aprovado pelo Congresso Nacional, com vistas a ser convertido, de fato, em Lei, nos termos do Art. 62 da Constituição Federal, o que não ocorreu, resultando na perda de sua eficácia em 1º de junho de 2023, decorrente da decisão do Congresso Nacional de não extinguir o órgão, conforme oficializado no [Ato Declaratório do Presidente da Mesa do Congresso Nacional nº 37/2023, de 15 de junho de 2023](#). Assim, a execução do PCI-Funasa restou prejudicada, durante o exercício de 2023.

Neste contexto, com vistas a evitar solução de continuidade para os planos e programas estruturantes que deixaram de ter metas alcançadas em 2023, o presidente interino remanejou para 2024, sem prejuízo da eventual necessidade de revisão quanto ao mérito qualitativo dos resultados originalmente pactuados, as metas dos planos e programas estruturantes programadas para 2023, por meio da Portaria nº 1.554, de 26 de dezembro de 2023. Assim, a Coesc, com vistas a revisar e ajustar as ações e metas a serem desenvolvidas em 2024, elaborou esta versão 1.5 do PCI-Funasa, levando-se em consideração a capacidade operacional e a força de trabalho da área em 2024, tendo em vista o que determinou a Portaria nº 635, de 22 de maio de 2024, que prorrogou até 31 de outubro de 2024 o prazo original estipulado no §1º da Portaria 1.554, de 26 de dezembro de 2023.

O documento atual está estruturado em quatro partes: diagnóstico situacional, plano de ação, plano de trabalho e diretrizes para avaliação dos resultados. Além disso, levou em conta a observação dos objetivos estratégicos da Funasa, notadamente o OE 15 (diretamente relacionado com as atribuições da Coesc), e o processo de reestruturação institucional, que deverá contemplar a recomposição da força de trabalho, instalações, recursos logísticos, orçamentários e financeiros da Funasa.

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1. Características gerais do órgão e de sua comunicação social

A Fundação Nacional de Saúde (Funasa) é uma instituição pública federal vinculada ao Ministério da Saúde (MS) do Brasil, instituída com base na Lei nº 8.029, de 12 de abril de 1990, regulamentada pelo Decreto nº 100, de 16 de abril de 1991 e resultante da fusão, principalmente, da Superintendência de Campanhas de Saúde Pública (Sucam) com a Fundação Serviços de Saúde Pública (Fsesp). Da Sucam, herdou a experiência e o conhecimento acumulados, ao longo de várias décadas, de atividades de combate às endemias de transmissão vetorial, as quais transformaram a Sucam no órgão de maior penetração rural no país. "Sua estrutura operacional estava presente em todos os Estados brasileiros. Não há localidade no interior do Brasil, por mais remota, que não tenha sido periodicamente visitada pelos guardas da Sucam" (FUNASA, 2004, p. 54). Já da Fsesp, a contribuição é representada por seu pioneirismo na associação de ações preventivas às de assistência curativa e de saneamento básico. Nascido no auge da 2ª guerra mundial, o Serviço Especial de Saúde Pública (Sesp) tinha a missão de montar infraestruturas sanitárias nas áreas onde existiam matérias-primas de interesse estratégico. Como seus serviços sempre foram desenvolvidos em comunidades carentes de qualquer infraestrutura urbana, também incluiu-se o saneamento como parte integrante de sua rotina sanitária. Com o término da guerra, foi mantido pelos governos brasileiro e norte-americano, que o patrocinavam e decidiram mantê-lo como órgão capaz de solucionar parte dos nossos complexos problemas de saúde e saneamento, sobretudo nas regiões menos desenvolvidas. Assim, a Fsesp atuava em regiões extremamente pobres, como os interiores do Nordeste, da Amazônia e em áreas rurais. Durante seus quase 50 anos, chegou a atuar em 600 municípios, operando em cerca de 861 unidades básicas de saúde.

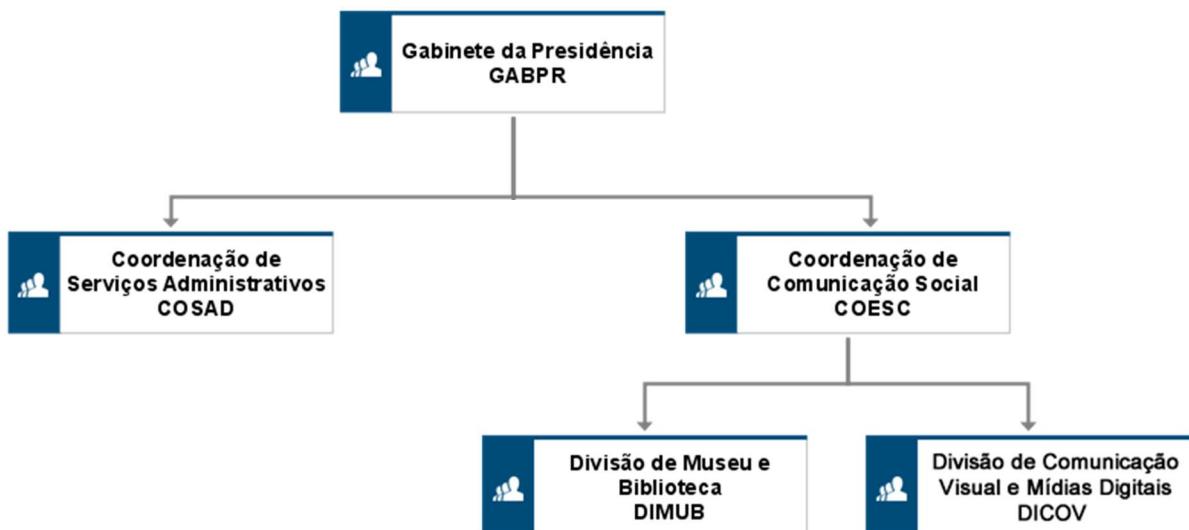
A criação da Funasa, portanto, buscou dar continuidade as ações desenvolvidas por esses órgãos, além de exercer papel relevante na efetivação da reforma sanitária promovida pelo Ministério da Saúde e de proporcionar participação ativa na implementação do Sistema Único de Saúde (SUS). Assim, a Fundação desenvolve ações, em todo o território nacional, com a finalidade institucional de promoção e proteção da saúde pública. Segundo o Decreto nº 11.223, de 5 de outubro de 2022, tem como competências: *"I - fomentar soluções de saneamento para prevenção e controle de doenças; e II - formular e implementar ações de promoção e proteção à saúde relacionadas com as ações estabelecidas pelo Subsistema Nacional de Vigilância em Saúde Ambiental"*.

As ações desenvolvidas pela Funasa resultam, então, em uma maior inclusão social e visam contribuir para a melhoria das condições de vida das populações mais carentes. São ações que buscam a prevenção e o controle de doenças e agravos, ocasionados pela falta ou inadequação nas condições de saneamento básico em municípios com população de até 50.000 habitantes, além de áreas de interesse especial, tais como comunidades quilombolas, extrativistas e ribeirinhas. Sua missão atual é *"Promover a saúde pública e a inclusão social por meio de ações de saneamento e saúde ambiental"* (BRASIL, 2018).

Em relação a sua estrutura organizacional, a instituição é composta pela Presidência, em Brasília, e por 26 unidades descentralizadas, denominadas Superintendências Estaduais (Suest). Já em relação à área de Comunicação Social verifica-se que o órgão, após as últimas reestruturações de cargos e funções, não possui uma Assessoria de Comunicação Social (Ascom) diretamente subordinada à sua Presidência, assim como ocorre em outros órgãos da Administração Pública direta, tais como os ministérios. Desta forma, conforme disposto no inciso III, do Art. 8º, do Decreto nº 11.223/2022, as atividades relativas à Comunicação Social da Funasa são coordenadas pelo Gabinete da Presidência (Gabpr), que conta com a unidade administrativa denominada Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc) para auxiliá-lo, de acordo com a Portaria nº 4.180, de 03/09/2020, publicada no Boletim de Serviço nº 035-A, edição extra (apostilamento de cargos e funções).

A figura a seguir traz o organograma do Gabinete da Presidência, com a Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial, a qual ainda possui 2 (duas) divisões.

Figura 1. Organograma do Gabinete da Presidência da Funasa (Decreto nº 11.223/2022).



Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (20240).

Segundo o atual panorama, o sistema de planejamento estratégico da Funasa possui os seguintes referenciais estratégicos:

» **Missão**

Promover a saúde pública e a inclusão social por meio de ações de saneamento e saúde ambiental.

» **Visão de Futuro**

A Funasa, integrante do SUS, contribuindo para as metas de universalização do saneamento no Brasil, será referência nacional e internacional nas ações de saneamento e saúde ambiental.

» **Valores:**

- Agimos sempre com excelência;
- Valorizamos a integração e o trabalho em equipe;
- Nossa conduta é ética e transparente;
- Pensamos e agimos de forma sustentável;
- Valorizamos todos os saberes;
- Oferecemos mais a quem menos tem.

2.2. Análise da imagem institucional

A comunicação existe para atender a necessidade de informar, explicar, orientar, qualificar processos e relacionamentos alinhados à gestão estratégica de uma Instituição. De acordo com KUNSCH (2002, p.150), somente uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica, pode dar conta de uma comunicação organizacional integrada. A comunicação, nesta perspectiva, é como uma energia vital, que perpassa por todos os processos dentro da Instituição. É um instrumento para potencializar o seu sucesso, afetando diretamente a rotina e os resultados organizacionais.

Nesta linha de raciocínio, percebe-se que a imagem de uma instituição é um dos seus maiores ativos, sendo que a mesma é construída a partir da percepção de todos os seus públicos de interesse, por intermédio do relacionamento direto e indireto desses com a Instituição. Conhecimentos tácitos, explícitos, mensagens eletrônicas, manifestações em canais de relacionamento com os usuários de serviços públicos, participação em eventos públicos e privados, comunicações oficiais, conteúdos em mídias e redes sociais e o relacionamento com a imprensa são algumas formas de se ajudar a construir uma imagem forte e consolidada perante o público, em geral.

Desta forma, considerando o atual contexto, a imagem institucional da Funasa é percebida com base em dois eixos principais:

- **A Comunicação interna** (*endomarketing*, público interno e sua cultura organizacional); e
- **A Comunicação externa** (gestão da marca, gestão de relacionamento com públicos de interesse, além do *marketing* político-administrativo).

A comunicação interna tem como público os servidores, colaboradores e funcionários terceirizados da Presidência, em Brasília, e das Superintendências Estaduais da Funasa, nos 26 estados do País.

Já o público da comunicação externa, por sua vez, abrange a população usuária dos serviços da Funasa e parceiros da instituição (Ministério da Saúde, Assemae, ABES, Opas, Fiocruz, Institutos de Pesquisas, Universidades, Movimentos sociais, organizações não governamentais e governamentais), parlamentares, mídia e a sociedade, de uma forma geral, principalmente os usuários de serviços públicos, que querem ver o retorno dos seus impostos em serviços de saúde de qualidade.

Percebe-se, então, que o perfil daqueles a quem será dirigida a comunicação da Funasa é bastante heterogêneo e, consequentemente, exige-se uma abordagem diversificada, tanto no que diz respeito à linguagem, quanto aos veículos que irão divulgar e tornar públicas as informações governamentais.

Até o ano de 2010, conforme Almeida (2018), a imagem da Funasa estava vinculada com o tratamento de demandas relacionadas ao Subsistema de Atenção à Saúde Indígena. Porém, com a reestruturação do órgão, determinada pelo Decreto nº 7.335, de 19 de outubro de 2010, a Saúde Indígena deixou de ser responsabilidade da Fundação, passando a ser atribuição direta do Ministério da Saúde, o qual também começou a responder por todo o fluxo de notícias e demandas referentes ao assunto. Neste momento, como as competências da Fundação passaram a estar mais relacionadas diretamente com o fomento a ações de promoção da saúde preventiva, por meio de programas relacionados ao saneamento básico e a saúde ambiental, o foco informativo migrou para a orientação de seu público quanto aos procedimentos necessários à obtenção de recursos orçamentários e financeiros. Assim, passaram a ser destaque recorrente nas mídias notícias sobre a publicação de atos normativos e administrativos, a exemplo da divulgação de portarias com regras para transferências financeiras, além de editais de chamamento público para seleção dos proponentes aos repasses. A percepção migrou, então, de uma imagem de atuação direta em ações de saúde indígena para a imagem de uma autarquia de fomento, com competências relacionadas à promoção do saneamento básico, o que foi reafirmado com a reestruturação da Fundação em 2016, de acordo com Decreto nº 8.867/2016, bem como na última estruturação, de acordo com o Decreto nº 11.223/2022. Contudo, também aumentou a percepção negativa na mídia, uma vez que os órgãos de controle apuraram ações de gestão que resultaram em prejuízos para a Administração, o que tem feito a imprensa e a opinião pública criarem uma imagem de órgão ligado à má gestão de recursos públicos, ignorando, quase sempre, o trabalho de inclusão social que instituição apresenta no dia a dia, o qual é testemunhado apenas pela população diretamente beneficiada pelas obras e serviços entregues e por gestores municipais, sem grandes coberturas ou divulgação pela mídia, em geral.

O assunto saúde (política de saúde, serviços desaúde, rede de saúde, educação para a saúde, saneamento para a saúde preventiva e todos e quaisquer outros desdobramentos...) é uma das cinco principais áreas de interesse dos brasileiros. Desta forma, é assunto de cobertura obrigatória e frequente. E, sendo assunto de interesse permanente da população é pauta obrigatória da mídia. Todavia, uma das maiores distorções é a alta frequência de agenda negativa e/ou sensacionalista e/ou alarmista, por parte de veículos de comunicação de massa.

Portanto, o grande desafio é informar a população e o restante do seu público de interesse sobre essas ações que fazem da Funasa um dos únicos órgãos públicos com penetração nacional e de inclusão social abrangente, o que é ignorado pela grande mídia, a qual prefere trabalhar com o sensacionalismo. O que se busca, então, é a **promoção da imagem de um órgão público que é referência nacional em ações de Saneamento e Saúde Ambiental**, o que evitará, desta forma, o descrédito de sua imagem perante a sociedade e demais públicos de interesse.

2.3. Públicos de interesse

- **Poder Executivo**
 - Gestores municipais (prefeituras);
 - Gestores federais (1º escalão);
 - Governos estaduais;
 - Governo do Distrito Federal.
- **Poder Legislativo**
 - Senado Federal;
 - Câmara dos Deputados;
 - Assembleias Legislativas;
 - Câmaras Municipais.
- **Poder Judiciário**
 - Supremo Tribunal Federal (STF);
 - Superior Tribunal de Justiça (STJ);
 - Tribunais Regionais Federais;
 - Juízes Federais.
- **Ministério Público**
 - I - Ministério Público da União:
 - a) Ministério Público Federal;
 - b) Ministério Público do Trabalho;
 - c) Ministério Público Militar;
 - d) Ministério Público do Distrito Federal e Territórios;
 - II – Ministérios Públicos dos Estados.
- **Órgãos de controle**
 - Controladoria-Geral da União (CGU);
 - Tribunal de Contas da União (TCU);
 - Advocacia Geral da União (AGU);
- **Advocacia Pública**
 - I – Advocacia Geral da União;
 - II – Procuradoria dos Estados
 - III – Procuradoria do Distrito Federal;
 - IV – Procuradoria dos Municípios
- **Veículos de Comunicação**
 - Jornais e revistas;
 - Emissoras de rádio e televisão;
 - Portais de notícias;
 - Influenciadores digitais;
 - Mídias e redes sociais.
- **Público interno**
 - Servidores e colaboradores
- **Associações e entidades de classe**
 - Associação Nacional de Serviços Municipais de Saneamento (Assemae);
 - Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental (ABES);
 - Feira Nacional de Saneamento (Fenasan);
 - Associação Brasileira de Recursos Hídricos (ABRH);
 - Consórcios Públicos Intermunicipais;
 - Escolas de Saúde Pública;
 - Conselho dos Secretários Municipais de Saúde (Conasems);
 - Cooperativas de catadores de resíduos sólidos;
 - Entidades representativas de servidores.
- **Órgãos de cooperação e de relações institucionais**
 - Ministério da Saúde;
 - Ministério das Cidades;
 - Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz);
 - Organização Pan Americana da Saúde (OPAS);
 - Organização Mundial de Saúde (OMS);
 - Organização das Nações Unidas para a Educação (UNESCO);
 - Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF),
 - Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde (BIREME)
 - Universidades;
 - Mercosul.
- **Sociedade civil (clientes finais)**
 - População urbana das cidades com menos de 50 mil habitantes e todas as populações rurais do país;
 - Organizações da sociedade civil;
 - Sociedade em geral, ainda que não usuária direta dos serviços do órgão.

2.4. Análise SWOT (Matriz FOFA)

Na elaboração da análise SWOT (Matriz FOFA), a Coesc considerou a expertise de seus servidores, além de levantamentos realizados sobre os ambientes externo e interno ao longo das últimas gestões e do diagnóstico para o plano estratégico da Funasa.

Para uma análise de Forças e Fraquezas, foi considerado uma avaliação do cenário interno da Funasa, a percepção sobre sua comunicação e as interações entre as unidades organizacionais. Já para as Oportunidades e Ameaças, foram identificadas variáveis no ambiente externo, considerando o cenário político e econômico nacional e o contexto atual do setor Saneamento.

Quadro 1. Análise SWOT (Matriz FOFA) sobre a comunicação institucional.

FORÇAS	OPORTUNIDADES
- Posição estratégica da Comunicação Social, com acesso à alta gestão para a obtenção de informações e tomada de decisões.	- Implementação do Programa Nacional de Saneamento Rural (PNSR) pelo Ministério da Saúde, sob a responsabilidade da Funasa.
- Objetivo estratégico específico (OE 15), consolidado no Planejamento Estratégico Institucional, conforme Portaria Funasa nº 7.553/2018.	- Agenda positiva com relação as ações de Educação em Saúde Ambiental, Controle da Qualidade da Água e Saneamento estruturante.
-Bom relacionamento e visão holística da Comunicação Socialem relação à todas as áreas técnicas institucionais.	- Momento de implementação do marco regulatório do Saneamento Básico.
- Corpo técnico básico da área de publicidade/comunicação visual da Presidência formado por servidores de carreira com expertise,liberdade de criação e perfil profissional compatível.	- Contexto político-administrativo de reorganização do setor Saneamento pelo Governo Federal.
- Infraestrutura tecnológica (Hardware) apropriada para criação de artes e demais peças gráficas/digitais, com estações de trabalho otimizadas para tal fim (Macintosh e PC's).	- Fortalecimento das ações de governança institucional a partir da maior proximidade e da atuação intensiva dos órgãos de controle (CGU e TCU) junto à Fundação
- <i>Bureau</i> de pré-imprensa, com produção e impressão de peças com qualidade profissional, mediante serviço prestado por servidores efetivos, reduzindo custos de produção e gerando economia.	- Assunto “Saneamento” em pauta constante,comabertura do interesse por parte dos veículos de comunicação e possívelcobertura mais frequente.

<ul style="list-style-type: none"> - Produção editorial e de publicidade institucional sistematizada, com edição de publicações periódicas e não-periódicas, tais como boletins informativos, livros e manuais técnico científicos de utilidade pública relevante para os gestores municipais, comunidade acadêmica e afins. 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilidade de comunicação direta com o público externo por meio de novas ferramentas tecnológicas e canais digitais de informação.
<ul style="list-style-type: none"> - Boa receptividade do público interno em relação as recentes campanhas de endomarketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Novo foco governamental em “Serviços ao Cidadão”, por meio de implantação de políticas de digitalização dos processos de trabalho.
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> - Limitação de pessoal com perfil dejornalismo/produção de conteúdo para produção de notícias e matérias, dada a falta de servidores efetivos concursados na área e a impossibilidade de terceirização do cargo, sem ferir a legislação pertinente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Efeitos da publicação da Medida Provisória nº 1.156/2023 e de atos administrativos decorrentes dessa, bem como a lentidão do processo de reestruturação institucional do órgão.
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistência de contratos para desenvolvimento terceirizado de produtos, serviços e conteúdos para assessoria de imprensa/comunicação 	<ul style="list-style-type: none"> - Instabilidade quanto ao cenário político e econômico do país.
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de mapeamento dos processos e publicação de normativos específicos sobre a comunicação institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cortes orçamentários.
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de atualização do regimento interno, impactando nas competências dos setores de comunicação das unidades descentralizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Danos à imagem institucional como efeito colateral de disputas político-administrativas sobre o órgão.
<ul style="list-style-type: none"> - Carência de infraestrutura de pessoal e logística nas unidades descentralizadas, além de desarticulação, em nível nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Agenda negativa e/ou sensacionalista e/ou alarmista por parte de veículos de comunicação, em detrimento à pautas positivas sobre o trabalho da Fundação.
<ul style="list-style-type: none"> - Cultura organizacional de comunicação pública ainda vinculada a era “análogica”, em tempos de comunicação digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de confiança da sociedade em ações governamentais motivada pelo desconhecimento do que é feito

<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de estudos, levantamentos constantes e de indicadores para auditoria sobre a imagem interna e externa da instituição e sobre a efetividade dos produtos e canais de comunicação existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação de notícias do tipo “fakenews” veiculadas pela internet.
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistência de planejamento sistematizado para ações de comunicação digital e produção audiovisual/multimídia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alarde constante de notícias preconizando a extinção do órgão.

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

2.5. Produtos e serviços de comunicação atuais

A Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc) planeja, coordena, organiza e produz uma boa diversidade de produtos de comunicação, os quais são disponibilizados nos canais institucionais da Fundação. São eles:

2.5.1 - Serviços de *clipping*

Clipping eletrônico de notícias: agregado de notícias divulgadas em veículos de comunicação que tratam de assuntos relacionados ao nome Funasa e/ou saneamento e saúde ambiental. É elaborado pela Coesc diariamente e postado na intranet, para consulta pelos servidores e colaboradores.

Clipping eletrônico do DOU: agregado de matérias publicadas no Diário Oficial da União relacionadas à Funasa. A edição diária é enviada por e-mail, no período da manhã, a todos os servidores e colaboradores cadastrados.

2.5.2 - Campanhas de comunicação

Campanhas de divulgação internas: conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos com o objetivo de divulgar programas, eventos ou ações das áreas técnicas e/ou unidades administrativas.

2.5.3-Participação em eventos (internos e externos)

Apoio institucional: apoio dado pela Funasa, por meio de ação de patrocínio, a eventos de outras organizações públicas ou privadas, visando o fortalecimento da imagem institucional da Fundação e o estreitamento de relações com públicos de interesse, com participação em estande e/ou participação do corpo funcional.

Cobertura jornalística: trabalho de acompanhamento presencial e produção de conteúdo textual (podendo incluir o registro de imagens), realizado por profissionais da Coesc, servindo de registro e documentação jornalística de eventos promovidos pela Funasae/ou com a participação desta.

Cobertura fotográfica: acompanhamento de evento e realização de registro fotográfico para arquivo, divulgação ou utilização em outros produtos.

Realização de eventos institucionais: ação de comunicação que envolva, por exemplo, a viabilização de espaços físicos, de mobiliário, de equipamentos ou a remessa de convites, com a finalidade de formar, informar ou mobilizar públicos específicos, contribuindo para promoção da transparência e para a consolidação de uma imagem positiva das ações e das políticas institucionais da Funasa.

Representação institucional: participação de servidor em ação de interesse institucional, na qualidade de representante da Funasa, palestrante e/ou expositor de trabalho técnico-científico, com ciência da Coesc.

2.5.4 – Acompanhamento e registro fotográfico de audiências

Cobertura jornalística de audiências: trabalho de acompanhamento presencial e produção de conteúdo textual realizado por profissionais da Coesc, servindo de registro e documentação jornalística de audiências com o presidente da Funasa, na condição de representante máximo do órgão.

Cobertura fotográfica de audiências: acompanhamento das audiências de gestores municipais, parlamentares e outras autoridades e/ou agentes políticos com o presidente da Funasa, na condição de representante máximo do órgão.

2.5.5 – Relacionamento com veículos de comunicação

Assessoria de imprensa: assessoramento prestado pela Coesc em compromissos públicos, eventos ou entrevistas concedidas pelo presidente, por diretores ou outro porta-voz autorizado a representar a Fundação e a emitir posicionamento institucional frente a veículos de comunicação.

Entrevista individual ou coletiva: encontro entre porta-voz da Funasa e veículo de comunicação em data pré-definida e com a intermediação da Coesc.

Aviso de pauta: texto elaborado pela Coesc com o objetivo de divulgar sugestão de pauta relacionada à Funasa, além de seu encaminhamento ao *mailing list* de jornalistas. O aviso de pauta também pode ser veiculado no site da Funasa na internet.

Nota à imprensa: conteúdo textual curto e objetivo, veiculado em espaço de destaque no site da Funasa na internet, destinado à imprensa e com o objetivo de esclarecer ou divulgar posicionamento oficial da Funasa sobre assunto específico. A nota também pode ser encaminhada como resposta a demandas jornalísticas relativas ao assunto e para o mailing list de jornalistas.

2.5.6 –Edição e/ou publicação de materiais gráficos (impressos e digitais)

Cartão de visita institucional: peça com conteúdo textual e visual, em formato impresso, e que tem por objetivo apresentar os dados de contato, tais como nome, cargo, telefone e email de autoridades da Funasa.

Cartaz: peça gráfica impressa, normalmente com data específica para divulgação, em tamanho A3, A2 ou superior, cujo objetivo é chamar a atenção do público (interno ou externo) para evento, campanhas ou assuntos específicos a partir do uso integrado de imagem e texto.

Folder/Folheto: material que mescla conteúdo textual e gráfico para apresentar informações de eventos ou de utilidade pública, sobre tema pré-definido. Seu conteúdo é objetivo e, normalmente, é distribuído em formato impresso.

Boletim informativo “Funasa Notícias”: publicação periódica que mescla conteúdo textual e gráfico, editado e impresso a cada 2 (dois) meses, com o objetivo de disseminar notícias para os públicos interno e externo. Também é disponibilizado no site da Funasa em formato PDF, além de ser distribuído via mala direta, por e-mail marketing para públicos de interesse, tais como os parlamentares, 1º escalão do Ministério da Saúde, etc.

Diagramação de cartilhas, livros e manuais técnico-científicos: publicações não-periódicas, com conteúdo técnico, científico, educacional ou relatorial, formada por um conjunto de folhas impressas, grampeadas, costuradas ou coladas em capa. Os livros e manuais são editados e impressos sob demanda das áreas técnicas da Funasa.

Relatório de Gestão: publicação anual com prestação de contas do trabalho realizado pela Funasa em linguagem clara e acessível ao público em geral. É elaborado a partir do Relatório de Gestão encaminhado pela Funasa ao Tribunal de Contas da União (TCU) e de consulta às unidades organizacionais. A elaboração do Relatório é coordenada pela Coordenação Geral de Planejamento e Avaliação (Cgpla); a edição e diagramação são realizadas pela Coesc.

Identidade visual: características gráficas e visuais que marcam determinado acontecimento, projeto, evento ou espaço na intranet ou em peças físicas. Uma identidade visual é formada por elementos como frases, imagens, tipografias e símbolos que buscam, a partir de sua integração gráfica, comunicar uma determinada mensagem ou ideia.

2.5.7 – Gestão de conteúdo do site da Funasa e da intranet

Notícias: conteúdo textual publicado em espaço específico no sítio eletrônico (seção “Notícias”) ou na intranet, voltado à imprensa e ao público em geral. Tem como objetivo transmitir informações sobre deliberações, normas, divulgação de Portarias, publicidade dos atos de gestão, temas de utilidade pública ou prestação de serviços aos usuários.

Banners: espaço de destaque no site da Funasa ou na intranet, normalmente utilizado para enfatizar temas ou assuntos de maior relevância ou que demandem maior índice de visualização.

Hotsite: página eletrônica temporária, com prazo de validade pré-determinado, e que tem por objetivo destacar um tema específico. O conteúdo de um hotsite pode envolver uma série de ações de comunicação diversas, como o desenvolvimento de peças gráficas, a elaboração de novos produtos ou serviços ou a realização de eventos, entre outros. Exemplo: *hotsite I CIESA*.

Atualização de páginas eletrônicas (Intranet e site institucional): organização visual e navegável de conteúdo, acessível por intermédio de um navegador de internet. Desenvolvida/actualizada sempre que novo tema ou área de atuação da Funasa exija tratamento perene e justifique a criação/actualização de espaço específico para acesso do público de interesse (externo ou interno).

Atualização de conteúdo da seção de acesso à informação do site Funasa: organização visual e navegável de conteúdo, acessível por intermédio de um navegador de internet com vistas a promover, independente de requerimento, a divulgação de informações de interesse coletivo ou geral produzidas ou custodiadas pela Fundação (transparência ativa), observado o disposto nos arts. 7º e 8º, da Lei nº 12.527, de 2011.

Pop-up: recurso eletrônico com conteúdo basicamente visual utilizado quando se deseja destacar a divulgação de tema específico dada sua relevância ou urgência. Seu uso deve ser feito de maneira criteriosa.

2.5.8 –Posts em redes sociais

Post ou card: peça de comunicação na qual há predomínio de elementos visuais. São utilizados para transmitir mensagens ou conteúdo a públicos direcionados a partir de sua veiculação em plataformas de mídias e redes sociais.

2.5.9 –Mensagens de correio eletrônico

E-mail interno: produto de comunicação direta com os servidores e colaboradores da Funasa. É utilizado para encaminhar informações que demandem reforço na divulgação. Pode ser enviado para todos os servidores e colaboradores ou para grupos específicos.

E-mail marketing: conteúdo textual ou gráfico informativo divulgado para público interno ou externo a fim de divulgar ações, produtos e serviços, bem como para auxiliar na consolidação de uma imagem positiva da Funasa.

2.5.10 – Produção audiovisual/multimídia

Vídeos institucionais: material produzido no formato de vídeo com caráter educativo ou institucional. Geralmente, envolve trabalhos de captação de imagens, produção de animação, edição e publicação nas mídias, site e redes sociais.

2.5.11 – Canais institucionais de informações em mídias digitais

Site institucional da Funasa na internet:

Reformulado em 2017, o site da Funasa (<http://www.funasa.gov.br/>) procura seguir os padrões estipulados pelo Governo Federal e é uma das principais formas de contato digital com a sociedade. Na parte superior, segue-se a apresentação da marca da Funasa e de um menu superior com perguntas frequentes, contatos, carta de serviços e links para email corporativo. Logo abaixo, uma manchete em destaque direciona o usuário para notícia ou informação principal. Outros três banners menores e fixos enfatizam os destaques, que podem ser notícias, links para documentos ou páginas eletrônicas.

Na parte inferior, encontram-se disponíveis links para as últimas portarias contendo regulamentações e/ou indicativo de regras para acesso a recursos financeiros por parte dos proponentes de convênios. Na lateral esquerda, um menu estático endereça o usuário para conteúdos institucionais e para um menu de acesso à informação, em cumprimento as diretrizes da Lei de Acesso à Informação (Lei 12.527/2011). O conteúdo veiculado no site, bem como os seus aspectos gráficos, são geridos pela Coesc.

Intranet institucional:

A intranet é o principal repositório e canal de disponibilização de informação interna da Funasa. A página principal está disponível no endereço <https://redefunasa>, sendo acessada internamente, a partir da rede Funasa. Em seu conteúdo estão notícias e informações sobre assuntos relacionados às rotinas da Funasa, além de conteúdos com caráter informais e que sejam capazes de auxiliar na aproximação de servidores e colaboradores entre si e com a instituição, contribuindo para a melhoria do clima organizacional.

Perfis em redes sociais:

Atualmente, a Funasa está presente e publica posts nas seguintes redes:

- Instagram (https://www.instagram.com/funasa_oficial/);
- Facebook (<https://pt-br.facebook.com/funasaoficial/>);
- Twitter (<https://twitter.com/funasa>);
- YouTube (<https://www.youtube.com/user/Funasaoficial>);
- Flickr (<https://www.flickr.com/photos/funasaoficial>); e
- SoundCloud (<https://soundcloud.com/funasaoficial>).

2.5.12 – Produção editorial de publicações institucionais

As publicações institucionais também são canais utilizados para transmissão de conteúdo informativo, técnico, científico ou de utilidade pública gerados pelo órgão. Podem ser veiculadas na forma de cartilhas, relatórios, anais, livros e manuais técnicos e/ou científicos, entre outros, e têm como objetivo disseminar conteúdo sobre

assuntos e temas específicos destinados aos mais diversos públicos, de acordo com a necessidade e estratégia definidas pelas áreas técnicas, em conjunto com a Coesc.

As publicações são impressas em tiragem limitada e também ficam disponíveis em formato digital para download gratuito na internet, podendo ser acessadas no endereço eletrônico <<http://www.funasa.gov.br/publicacoes>>.

Entre as publicações da Funasa, destacamos o Manual de Saneamento e o Manual da Solução Alternativa Coletiva Simplificada de Tratamento de Água para Consumo Humano (Salta-Z), além dos Cardenos de Pesquisa em Engenharia de Saúde Pública.

3. PLANO DE AÇÃO PARA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

O Plano de Ação pretende servir como um guia geral para as iniciativas de comunicação no âmbito da Fundação Nacional de Saúde (Funasa). Traçado a partir da observação situacional, este sugere um conjunto de estratégias, ações, serviços e produtos de comunicação, com o objetivo de buscar atingir a imagem institucional pretendida e agregar valor à marca e às atividades da Funasa, além de buscar consolidar o reconhecimento positivo da instituição junto aos seus públicos de interesse.

Deste modo, em consonância com as definições da Instrução Normativa nº 01/2017/SECOM/SG-PR (atualizada pela **PORTARIA MCOM Nº 3.948, DE 26 DE OUTUBRO DE 2021**), foram considerados sete processos na elaboração das ações de comunicação, os quais são ferramentas e dão suporte para o macroprocesso de Gestão da Comunicação Institucional. São eles:

- 1) Relações com a imprensa;
- 2) Publicidade;
- 3) Patrocínio;
- 4) Comunicação Digital;
- 5) Relações Públicas;
- 6) Promoção; e
- 7) Comunicação interna.

3.1. Objetivo geral do plano

Promover a troca eficiente de informações entre a Funasa e os seus públicos de interesse, interna e externamente, em consonância com as políticas e diretrizes de gestão estratégica, com vistas a consolidar o efetivo aperfeiçoamento da comunicação institucional, impulsionando o cumprimento de sua missão institucional e o alcance de sua visão de futuro.

3.2. Objetivos Específicos de Comunicação (OEC's)

- Definir e implantar política de comunicação institucional; (OEC 1)
- Reestruturar e aprimorar as atividades de relações com a imprensa; (OEC 2)
- Promover noticiário favorável à Fundação na mídia; (OEC 3)
- Estabelecer e manter uma relação de credibilidade com a sociedade; (OEC 4)
- Obter reconhecimento positivo espontâneo por parte dos públicos de interesse; (OEC 5)
- Abrir novos canais de comunicação, mantendo e aperfeiçoando os já existentes; (OEC 6)
- Uniformizar as ações de comunicação no âmbito organizacional (Presidência e Suest's); (OEC 7)
- Reestruturar e aprimorar a comunicação digital; (OEC 8)
- Atualizar e fortalecer a identidade visual, divulgando a imagem institucional e agregando valor à marca Funasa; (OEC 9)
- Auxiliar no desenvolvimento da gestão da informação e do conhecimento, em apoio aos objetivos estratégicos OE 10 e OE 11, oriundos do Planejamento Estratégico 2018-2023; (OEC 10)
- Fortalecer a produção editorial e desenvolver a produção audiovisual/multimídia; (OEC 11)
- Manter relação de publicidade e transparência sobre os atos e ações de gestão; (OEC 12)
- Motivar e valorizar os servidores e demais colaboradores; e (OEC 13)
- Promover uma imagem institucional de órgão de referência nacional em ações de Saneamento e Saúde Ambiental. (OEC 14)

3.3. Iniciativas e ações para consecução dos objetivos específicos

Sob a égide de uma perspectiva de “comunicação estratégica”, foi elaborado um plano de ações, o qual direcionará as atividades desenvolvidas no dia-a-dia da comunicação social da Funasa. Tais ações, visam ao alcance dos objetivos específicos de comunicação e, por conseguinte, atingir o seu objetivo estratégico de aperfeiçoar a comunicação institucional, contribuindo, sobretudo, para a boa execução da missão e visão de futuro preconizados pelo Sistema de Planejamento Estratégico do órgão.

Consequentemente, para atingir cada um dos 14 objetivos específicos de comunicação, o Plano original, aprovado e 2019 pela **Portaria Funasa nº 8.381/2019**, contou com **48 iniciativas/ações**, sendo atualizado em 2020 para sua versão 1.2, por meio da **Portaria Funasa nº 5.562/2020**, passando a contar, então, com **53 iniciativas/ações**, as quais apresentaram os seus respectivos cronogramas e indicadores para avaliação de resultados.

As ações foram estimadas para serem desenvolvidas em cronogramas de curto, médio ou longo prazos, partindo-se de outubro de 2019 até o horizonte de 2021 e estavam previstas revisões periódicas, haja vista a necessidade de propiciar reformulações e ajustes nos tempos de execução, sempre que necessário e/ou demandado.

As iniciativas, por sua vez, foram subagrupadas em dois níveis:

- a) Ações estratégico-organizacionais; e
- b) Ações tático-operacionais.

Neste contexto, verifica-se que no período de outubro de 2019 até dezembro de 2021 **foram implementadas 18 (dezoito)** ações do plano PCI-Funasa, restando **35 (trinta e cinco)** ainda a ser implementadas em 2022. O quadro 2, a seguir, elenca as ações concluídas, com seus respectivos processos administrativos de acompanhamento no Sistema Eletrônico de Informações da Funasa (SEI).

Quadro 2. Ações para consecução dos Objetivos Específicos de Comunicação (OEC) executadas no âmbito do PCI-Funasa v. 1.2 até dezembro de 2021.

AÇÕES	VERSAO PCI	PROCESSO SEI	STATUS
Nível estratégico-organizacional			
1. Editar e publicar ato legal com regras para política de comunicação institucional;	1	25100.013285/2019-60	Concluído
2. Revisar, atualizar e regulamentar as competências dos setores de comunicação social (Socom) das superintendências estaduais (Suest's);	1	25100.013285/2019-60 e 25100.004191/2020-33	Concluído
3. Editar, regulamentar e implantar política para ações de patrocínio institucional;	1	25100.014714/2019-16	Concluído

4. Editar, regulamentar e implantar política para o repositório do conhecimento institucional;	1	25100.012713/2019-37	Concluído
Nível tático-operacional			
5. Elaborar agenda de contatos da presidência e da diretoria com formadores de opinião estratégicos	1	25100.004127/2021-33	Concluído
6. Manter atualizado <i>mailing list</i> dos jornalistas que cobrem as editorias política nacional, política local, economia, saúde, saneamento, meio ambiente e tecnologia;	1	25100.004128/2021-88	Concluído
7. Implementar produção e distribuição de <i>releases</i> de imprensa	1	25100.004129/2021-22	Concluído
8. Implantar utilização da ferramenta “Ponto a Ponto” em relação à entrevistas e/ou apresentações sobre os programas e ações institucionais por porta vozes	1	25100.004130/2021-57	Concluído
9. Atualizar Carteira de Projetos para Planejamento de Produção Editorial e Multimídia da Presidência;	1	25100.007426/2019-13	Concluído
10. Atualizar e divulgar a Carta de Serviços institucional;	1	25100.003490/2021-31	Concluído
11. Implantar ferramenta para repositório do conhecimento institucional (Dspace) e iniciar gestão do conteúdo;	1	25100.007746/2020-07	Concluído
12. Desenvolver e implementar projeto “Nossos Talentos” para valorização dos servidores e colaboradores;	1	25100.004132/2021-46	Concluído

13. Desenvolver plano de ação para celebração de datas comemorativas (Aniversário da Funasa, dia do servidor, etc.)	1	25100.004133/2021-91	Concluído
14. Elaborar Plano de Comunicação específico para divulgação das ações de implementação do Plano de Integridade da Funasa	1.2	25100.008065/2021-39	Concluído
15. Elaborar Plano de Comunicação específico para disseminação do Sistema de Planejamento Institucional e do Planejamento Estratégico da Funasa para o período 2021-2023	1.2	25100.008244/2021-76	Concluído
16. Revisar e disponibilizar portfólio de ações da Funasa aos parlamentares	1.2	25100.004005/2021-47	Concluído
17. Divulgar em âmbito nacional eventos de capacitação em gestão de serviços públicos de saneamento	1.2	25100.008248/2021-54	Concluído
18. Proporcionar conhecimento aos proponentes/convenentes das condicionantes administrativas que impactam na celebração dos instrumentos	1.2	25100.000551/2021-17 e 25100.001450/2021-55	Concluído

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2021).

Já no ano de 2022, a sistemática de monitoramento do PCI mudou, o qual passou a ser um Plano Específico a ser acompanhado pela CGPLA. E, por motivos de falta de pessoal, demandas excessivas de eventos (incluindo eventos com a Presidência da República em ano eleitoral), o PCI não avançou na conclusão de suas ações, contabilizando apenas a **execução de 100% da Ação 38 (Revisar e disponibilizar portfólio de ações da Funasa aos parlamentares)**.

Já em 2023, por conta dos efeitos da [Medida Provisória nº 1.156, de 1º de janeiro de 2023](#), cuja ementa determinou a **extinção da Fundação e a absorção de suas competências, patrimônio e pessoal pela administração pública federal**

direta, bem como os efeitos da sua caducidade, a partir de junho de 2023, **nenhuma ação foi concluída no exercício**, sendo que as atividades e metas foram prorrogadas para 2024, por meio da Portaria Funasa nº 1.554, de 26/12/2022, publicada no DOU de 28/12/2023, com necessidade de revisão e readequação do plano de trabalho.

Neste sentido, esta atualização do Plano de Comunicação Institucional (PCI-Funasa), **versão 1.5.**, busca remanejar as ações não executadas, repactuando os prazos, **a serem executadas no exercício de 2024**, em cumprimento aos §1º e §2º do Art. 1º da Portaria Funasa nº 1.554/2023, cujo prazo originalmente estipulado foi prorrogado, por ultimo, pela Portaria nº 635, de 22 de maio de 2024.

O **quadro 3**, a seguir, **elenca a repactuação das ações atualizadas, a serem executadas em 2024, num total de 10 ações mínimas**. Em relação à versão 1.4 do PCI-Funasa, em virtude da capacidade operacional e a força de trabalho da Coesc, neste momento de reestruturação institucional, foram reformuladas algumas ações e sobrestadas as ações 1, 2, 3, 4, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36 e 38, as quais poderão ser retomadas em 2025, em novo PCI a ser elaborado posteriormente.

Quadro 3. Ações do PCI-Funasa v. 1.5 para consecução dos Objetivos Específicos de Comunicação (OEC) em 2024.

AÇÕES	OEC
Nível estratégico-organizacional	
1. Editar e publicar Relatório de Gestão 2023 da Funasa;	4, 7, 10 e 12
2. Atualizar as informações da transparência ativa e da prestação de contas <i>online</i> da Funasa, em cumprimento à Lei de Acesso à Informação (LAI) e à Instrução Normativa nº 84/2020/TCU, tendo em vista a caducidade da Medida Provisória nº 1.156/2023;	4, 7, 10 e 12
Nível tático-operacional	
3. Recompor, reestruturar e fortalecer o quadro de pessoal da Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial;	Todos
4. Providenciar serviços de comunicação corporativa, com terceirização de parte da produção de conteúdo jornalístico/informacional, de publicidade institucional e/ou de comunicação digital, por meio de contrato de prestação de serviços e/ou entrega de produtos;	2, 3, 4, 5, 7 e 12
5. Produzir pautas/matérias positivas da Funasa e atividades associadas às suas áreas de atuação, bem como produção de conteúdo informacional para assessoria de imprensa, envio à veículos de comunicação e alimentação dos canais próprios.	2, 3, 4 e 5

6. Providenciar atualização de <i>softwares</i> para trabalhos de <i>design</i> gráfico, web e audiovisual em estações de trabalho dos tipos <i>Macintosh</i> e <i>PC</i> ;	9, 10 e 11
7. Providenciar manutenção e/ou upgrade nas estações de trabalho gráfico do tipo <i>Macintosh</i> , com vistas a mitigar risco de obsolescência tecnológica para utilização dos <i>softwares</i> de programação visual e otimizar recursos;	9, 10 e 11
8. Reestruturar o site institucional da Funasa na internet em atendimento ao Decreto nº 9.756/2019;	8
9. Atualizar a carta/portfólio de serviços, em virtude da reorganização institucional da Fundação, tendo em vista a caducidade da Medida Provisória nº 1.156/2023	12 e 14
10. Ajustar e iniciar implementação do Plano de Comunicação para o Programa de Integridade da Funasa (PCINT-Funasa);	4 e 12

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

Finalmente, os 10 quadros seguintes, detalham as ações, em forma de um novo Plano de Trabalho.

4. PLANO DE TRABALHO

Quadro 1. Ação 1 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 1		
Editar e publicar Relatório de Gestão 2023 da Funasa		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc)	Abr/2024	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Edição e publicação de 100% do documento	Documento aprovado e publicado no sítio institucional	
DESCRÍÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Receber os originais do documento;	Mar/2024	Mar/2024
b) Diagramar documento e submeter à aprovação;	Mar/2024	Mar/2024
c) Aprovar e disponibilizar o documento.	Abr/2024	Abr/2024
NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO, CONTRATOS, AQUISIÇÕES E TI		
Absorvido pelas despesas de custeio.		
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Ouvidoria, Auditoria e Presidência		
SITUAÇÃO ATUAL		
Ação incluída para esta versão 1.5 do plano.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

Quadro 2. Ação 2 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 2		
Atualizar as informações da transparência ativa e da prestação de contas online da Funasa, em cumprimento à Lei de Acesso à Informação (LAI) e à Instrução Normativa nº 84/2020/TCU, tendo em vista a caducidade da Medida Provisória nº 1.156/2023;		
UNIDADE RESPONSÁVEL		PRAZO
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc		Dez/2024
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo da área “Transparência e Prestação de Contas” atualizado no sítio institucional.	Páginas html atualizadas com os dados das áreas e painel de transparência ativa da CGU sem ações com <i>status</i> “não cumpre”.	
DESCRÍÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS		CRONOGRAMA
		INÍCIO
a) Realizar curadoria de conteúdo junto à Ouvidoria e a Coordenação-Gera de Gestão de Integridade. b) Aprovar conteúdo com AMLAI da Funasa. c) Publicar informações nas páginas eletrônicas		Nov/2024
		Nov/2024
		Dez/2024
		Dez/2024
NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO, CONTRATOS, AQUISIÇÕES E TI		
Absorvido pelas despesas de custeio.		
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Ouvidoria, Cgein, Auditoria e Presidência		
SITUAÇÃO ATUAL		
Ação incluída para esta versão 1.5 do plano.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024)

Quadro 3. Ação 3 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 3		
Recompor, reestruturar e fortalecer o quadro de pessoal da Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc)	Dez/2024	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Criação de núcleo base formado por, no mínimo, 2 (dois) profissionais da área de jornalismo, 2 (dois) de Comunicação Visual, 2 (dois) de Cerimonial e Eventos, 2 (dois) para Museu e Biblioteca e 1 (um) para a área administrativa.	Lotação de servidor requisitado/contratado na Coesc ou contrato firmado com profissionais, nos termos da lei vigente de terceirização.	
DESCRIPÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Verificar com a Cgesp/Deadm possibilidade de requisição e/ou contratação de profissionais com formação nas áreas;	Mar/2024	Mar/2024
b) Efectivar providências com a área de gestão de pessoas para formalizar vínculo empregatício legal de mão de obra junto à Fundação (remoção, requisição, redistribuição, nomeação para CCE ou contrato temporário);	Mar/2024	Dez/2024
NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO, CONTRATOS, AQUISIÇÕES E TI		
Absorvido pelas despesas de custeio.		
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cgesp, Cglog, Deadm e Presi.		
SITUAÇÃO ATUAL		
Ação atualizada em relação à versão 1.4 do PCI-Funasa. As metas e prazos foram realinhados para esta versão 1.5 do plano.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

Quadro 4. Ação 4 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 4		
Providenciar serviços de comunicação corporativa, com terceirização de parte da produção de conteúdo jornalístico/informacional, de publicidade institucional e/ou de comunicação digital, por meio de contrato de prestação de serviços e/ou entrega de produtos		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc)	Dez/2024	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do processo de contratação de agência(s) de comunicação para entrega, sob demanda, de serviços/produtos de assessoria de imprensa, assessoria de comunicação e produção de conteúdo informacional concluído.	Contrato assinado, nos termos da legislação vigente.	
DESCRÍÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS		CRONOGRAMA
		INÍCIO
a) Formalizar instrução processual, nos termos da Lei; b)Efetivar providências administrativas para contratação. c) Finalizar processo, assinar contrato de prestação de serviço e iniciar demandas.		Nov/2024
		Nov/2024
		Dez/2024
		Dez/2024
NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO, CONTRATOS, AQUISIÇÕES E TI		
Contratação de serviços		
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cglog, Deadm, PFE e Presi.		
SITUAÇÃO ATUAL		
Ação atualizada em relação à versão 1.4 do PCI-Funasa. As metas e prazos foram realinhados para esta versão 1.5 do plano.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

Quadro 5. Ação 5 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 5		
Producir pautas/matérias positivas da Funasa e atividades associadas às suas áreas de atuação, bem como produção de conteúdo informacional para assessoria de imprensa, envio à veículos de comunicação e alimentação dos canais próprios.		
UNIDADE RESPONSÁVEL		PRAZO
Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc)		Ação <u>contínua</u> , com produção de conteúdo sob demanda.
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Producir matérias e reportagens, com vistas à postagem no site da Funasa na internet e impulsionamento, via redes sociais.	Postagem efetiva de notícias eletrônicas no site da Funasa e redes sociais.	
DESCRÍÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento de pautas e checar informação com as fontes; b) Desenvolver produção de conteúdo jornalístico; c) Editar matérias/reportagens e desenvolver conteúdo relevante sobre as ações da Funasa, alimentando os canais, a assessoria de imprensa e os veículos de comunicação.	Ação contínua Ação contínua Ação contínua	Ação contínua Ação contínua Ação contínua
NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO, CONTRATOS, AQUISIÇÕES E TI		
Contratação de assessoria de imprensa com despesa prevista na ação 6, bem com outros recursos absorvidos pelas despesas de custeio.		
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa e Coesc		
SITUAÇÃO ATUAL		
A meta foi revista para a versão 1.3, 1.4 e, agora, para esta versão 1.5, em virtude da capacidade operacional e a força de trabalho da Coesc, neste momento de reestruturação institucional.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

Quadro 6. Ação 6 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 6		
Providenciar atualização de softwares para trabalhos de design gráfico, web e audiovisual em estações de trabalho dos tipos Macintosh e PC		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc)	Dez/2024	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do processo de contratação de empresa(s) especializada (s) em fornecimento de softwares gráficos para produção editorial e de publicidade institucional concluído.	Contrato(os) assinado(os) e publicado(os) no DOU, nos termos da Lei.	
DESCRÍÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Formalizar instrução processual, nos termos da Lei; b) Efetivar providências administrativas para contratação. c) Finalizar processo, assinar contrato de prestação de serviço e iniciar demandas.	Nov/2024 Nov/2024 Dez/2024	Nov/2024 Nov/2024 Dez/2024
NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO, CONTRATOS, AQUISIÇÕES E TI		
Contratação de serviços de TI.		
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Coint, Cgmti, Cglog, Deadm, PFE e Audit.		
SITUAÇÃO ATUAL		
Ação em atraso em relação à versão 1.4 do PCI-Funasa. Os prazos foram realinhados para esta versão 1.5 do plano.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

Quadro 7. Ação 7 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 7			
Providenciar manutenção e/ou upgrade nas estações de trabalho gráfico do tipo <i>Macintosh</i>, com vistas a mitigar risco de obsolescência tecnológica para utilização dos softwares de programação visual e otimizar recursos			
UNIDADE RESPONSÁVEL		PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc)		Dez/2024	
META	INDICADOR DE RESULTADO		
100% de processo de contratação de empresa(s) especializada(s) para prestação de serviços de manutenção em computadores do tipo <i>Macintosh</i> concluído e com serviço prestado.	Contrato assinado e publicado no DOU, nos termos da Lei, bem como serviço realizado.		
DESCRÍÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS		CRONOGRAMA	
		INÍCIO	FIM
a) Formalizar instrução processual, nos termos da Lei; b) Efetivar providências administrativas para contratação. c) Finalizar processo, assinar contrato de prestação de serviço e realizar manutenção.		Nov/2024 Nov/2024 Dez/2024	Nov/2024 Nov/2024 Dez/2024
NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO, CONTRATOS, AQUISIÇÕES E TI			
Contratação de serviços de TI.			
ATORES ENVOLVIDOS			
Dicov, Coesc, Gabpr, Coint, Cgmti, Cglog, Deadm, PFE e Audit.			
SITUAÇÃO ATUAL			
Ação em atraso em relação à versão 1.4 do PCI-Funasa. Os prazos foram realinhados para esta versão 1.5 do plano.			

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

Quadro 8. Ação 8 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 8		
Reestruturar o site institucional da Funasa na internet em atendimento ao Decreto nº 9.756/2019		
UNIDADE RESPONSÁVEL		PRAZO
Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc)		Dez/2024
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo migrado para o Sistema de Gerenciamento de Conteúdo (SGC) do portal padrão do Governo Federal no domínio único Gov.br, com nova url (www.gov.br/funasa), conforme determina o Decreto nº 9.756/2019.	Site institucional totalmente migrado para o domínio www.gov.br/funasa e domínio www.funasa.gov.br desativado.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Ajustar com o Serpro para execução de serviços de migração e hospedagem de dados; b) Executar migração e disponibilizar base em ambiente de homologação para análise da FUNASA; c) Validar dados e configurações no novo site da Funasa no ambiente de homologação; d) Disponibilizar novo site da Funasa em ambiente de produção, finalizar processo e divulgar novo site.	Nov/2024 Nov/2024 Nov/2024 Dez/2024	Nov/2024 Nov/2024 Nov/2024 Dez/2024
NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO, CONTRATOS, AQUISIÇÕES E TI		
Absorvido pelas despesas de custeio.		
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Cgmti, Deadm e Presi		
SITUAÇÃO ATUAL		
Ação em atraso em relação à versão 1.4 do PCI-Funasa. Os prazos foram realinhados para esta versão 1.5 do plano.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

Quadro 9. Ação 9 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 9		
Atualizar a carta/portfólio de serviços, em virtude da reorganização institucional da Fundação, tendo em vista a caducidade da Medida Provisória nº 1.156/2023		
UNIDADE RESPONSÁVEL		PRAZO
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc		Dez/2024
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo atualizado no Govbr e peça gráfica confeccionada.	Documento aprovado e disponibilizado no site da Funasa e textos atualizados no portal Govbr.	
DESCRÍÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS		CRONOGRAMA
		INÍCIO
a) Levantamento de informações e atualização do conteúdo informacional; c) Edição e diagramação da peça gráfica; c) Revisão final e Aprovação e; d) Disponibilização.		Nov/2024
		Nov/2024
		Nov/2024
		Dez/2024
FIM		
		Nov/2024
		Nov/2024
		Nov/2024
		Dez/2024
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Ouvidoria		
SITUAÇÃO ATUAL		
Ação incluída para esta versão 1.5 do plano.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

Quadro 10. Ação 10 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 10		
Ajustar e iniciar implementação do Plano de Comunicação para o Programa de Integridade da Funasa (PCINT-Funasa);		
UNIDADE RESPONSÁVEL		PRAZO
Coordenação de Comunicação Social e Cerimonial (Coesc)		Dez/2024
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo do Plano de Comunicação específico para divulgação das ações do Plano de Integridade da Funasa revisado e com ações em andamento.	Documento elaborado e devidamente aprovado pela autoridade competente.	
DESCRÍÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Ajustes e reapctuação das ações do PCDIM-Funasa	No/2024	Nov/2024
b) Implementação das ações do PCDIM-Funasa	Dez/2024	Dez/2024
NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO, CONTRATOS, AQUISIÇÕES E TI		
Absorvido pelas despesas de custeio.		
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Cgein, Ouvidoria, Corregedoria, Auditoria-Interna, Comissão de Ética, Deadm e Gabpr		
SITUAÇÃO ATUAL		
Ação em atraso em relação à versão 1.4 do PCI-Funasa. As metas e prazos foram realinhados para esta versão 1.5 do plano.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2024).

5. DIRETRIZES PARA AFERIÇÃO DOS RESULTADOS

Para que a execução deste Plano de Comunicação Institucional possa ser acompanhada e monitorada, foram definidos indicadores com o objetivo de mensurar a capacidade produtiva a partir de aferições quanto ao quantitativo, à pontualidade, resultados e a satisfação das iniciativas frente à consecução dos Objetivos Específicos de Comunicação (OEC). Dessa forma, o levantamento de informações para aferição deverá levar em consideração 4 fatores: produção, pontualidade, resultados e satisfação dos clientes.

Produção

Indicador quantitativo para aferir o número de produtos e serviços prestados com vistas à mensurar o volume do que foi produzido pela equipe de trabalho. Para sua medida, devem ser contabilizados todos os produtos e serviços efetivamente prestados e/ou entregues em um determinado período de tempo, a fim de comparar-se o que foi previsto com o volume de trabalho efetuado.

Pontualidade

Indicador quantitativo, indicado em percentual, que irá analisar se a produção foi realizada respeitando-se o prazo limite previsto para cada ação. Para o seu cálculo, deverão ser computados, em um determinado período, a quantidade de trabalhos entregues dentro dos prazos regulamentares.

Resultados

Indicadores quantitativos e qualitativos que buscam sinalizar os resultados e o impacto dos produtos e serviços prestados em relação aos Objetivos Específicos de Comunicação (OEC) previamente estipulados. Para sua definição, serão aferidos, por exemplo, os quantitativos de visualizações dos conteúdos veiculados em mídias e redes sociais na internet, por meio de ferramentas de análise de monitoramento (Relatórios de Insights e/ou Google Analytics).

Satisfação

Indicadores qualitativos e quantitativos obtidos por meio de pesquisas junto aos clientes dos produtos e serviços, com dados apurados em períodos determinados. O objetivo deste indicador é fornecer *feedback* sobre as ações realizadas, a fim de identificar, corrigir falhas e buscar oportunidades de melhoria.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL (ANAC). **Plano de comunicação institucional.** Brasília: ANAC, 2019. Disponível em: <<https://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/boletim-de-pessoal/2019/15/anexo-ix-plano-de-comunicacao-institucional>>. Acesso em: 22 set. 2019.

ALMEIDA, Marcos Antonio Silva de. **Comunicação digital no setor público:** o caso da Fundação Nacional de Saúde (Funasa) sob a perspectiva de estudos em jornalismo digital. Brasília: IESB, 2018. 116 f. Monografia (Especialização em Jornalismo Digital e Produção Multimídia) – Centro Universitário Instituto de Educação Superior de Brasília, Brasília, 2018.

BRASIL. Ministério da Saúde. Fundação Nacional de Saúde. **Portaria nº 7.553, de 14 de dezembro de 2018.** Instituir o Sistema de Planejamento e Gestão da Estratégia da Funasa, aprovar o Plano Estratégico para o período de 2018-2023 e instituir a Sistemática de Monitoramento e Avaliação por Indicadores. Disponível em: <<http://www.funasa.gov.br/documents/20182/47176/PRT7553FUNASA2018/>>. Acesso em: 22 set. 2019.

FUNDAÇÃO NACIONAL DE SAÚDE (FUNASA). **100 anos de saúde pública:** a visão da Funasa. Brasília: Funasa, 2004. Disponível em: <<http://www.funasa.gov.br/biblioteca-eletronica/publicacoes/especiais-funasa>>. Acesso em: 22 set. 2019.

FUNDAÇÃO NACIONAL DE SAÚDE (FUNASA). **Plano anual de trabalho (PAT) - 2001.** Brasília: Funasa, 2001.

FUNDAÇÃO NACIONAL DE SAÚDE (FUNASA). **Plano de ação 1999/2000.** Brasília: Funasa, 1999.

FUNDAÇÃO NACIONAL DE SAÚDE (FUNASA). **Plano nacional integrado de comunicação institucional (PNCI).** Brasília: Funasa, 2000.

KUNSCH, M. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 2. ed. São Paulo: Summus, 2002.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO PARANÁ (MP-PR). **Plano diretor de comunicação do MP-PR.** Curitiba: MP-PR, 2011. Disponível em: <<http://www.mppr.mp.br/arquivos/File/imprensa/2013/PlanoDiretordeComunicacaoSite.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2019