



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

PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA FUNASA (PCI-FUNASA)

V 1.1 - OUT/2019



Fundação
Nacional
de Saúde



MINISTÉRIO DA
SAÚDE



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

2019. 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: 1ª edição – 2019 – versão eletrônica

Elaboração, distribuição e informações:

FUNDAÇÃO NACIONAL DE SAÚDE
Gabinete da Presidência (Gabpr)
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)
Edifício PO 700 - Setor de Rádio e Televisão Norte (SRTVN) - Quadra 701 - Lote D - Tel.: (61) 3314-6440
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, 2019.
70 p.

ISBN:

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

CDU.659

Catálogo 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 (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.

Sendo assim, este Plano de Comunicação Institucional para a Funasa (PCI-Funasa) apresenta as ações previstas pela Coesc/Gabpr para a comunicação institucional (interna e externa) a serem executadas durante o quarto trimestre de 2019 e ao longo do biênio 2020-2021.

O PCI-Funasa foi elaborado em conformidade com os princípios e diretrizes estabelecidos pelo Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, o qual define, em seu artigo 1º, que as ações de comunicação dos órgãos do Poder Executivo Federal terão como objetivos principais os seguintes itens:

- I. Dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal;
- II. Divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III. Estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;
- IV. Disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais; e
- V. Promover o Brasil no exterior.

Além disso, seguiu-se também o preconizado pela Instrução Normativa Nº 1/2017/Secom/SG-PR, que dispõe sobre a conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo Federal.

Neste sentido, ressaltamos que a necessidade da elaboração de um plano de comunicação institucional foi uma diretriz explicitamente determinada pelo corpo diretivo, em seu nível estratégico, bem como uma necessidade identificada ainda durante os trabalhos de realização do diagnóstico situacional institucional, com vistas a elaboração do planejamento estratégico 2018-2023.

O documento está estruturado em quatro partes: diagnóstico situacional, plano de ação, plano de trabalho e diretrizes para avaliação dos resultados.

Por fim, verifica-se que o planejamento de comunicação levou em conta ainda a observação dos objetivos estratégicos da Funasa, notadamente o OE 15 (diretamente relacionado com as atribuições da Coesc), bem como os objetivos 10 (OE 10 - Implementar ações para capturar, socializar e gerir o conhecimento) e 11 (OE 11 - Garantir a qualidade e disponibilidade da informação), numa análise transversal, além dos objetivos específicos de comunicação institucional preconizados pelo Governo Federal.

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 8.867, de 3 de outubro de 2016, 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"*.

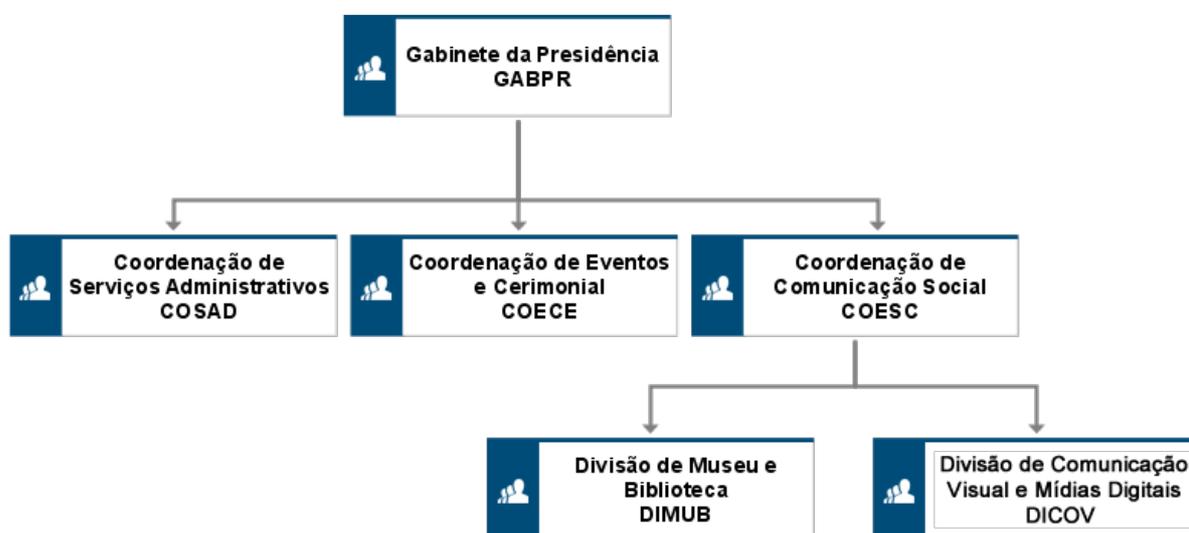
As ações desenvolvidas pela Funasa resultam, então, em uma maior inclusão social e visam contribuir para a melhoria das condições de vida das populações mais carentes. São ações que buscam a prevenção e o controle de doenças e agravos, ocasionados pela falta ou inadequação nas condições de saneamento 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 item III, do Art. 6º, do Decreto nº 8.867/2016, 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 (Coesc) para auxiliá-lo, de acordo com a Portaria nº 809, de 27/10/2016, publicada no Boletim de Serviço nº 044-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, a qual ainda possui 2 (duas) divisões.

Figura 1. Organograma do Gabinete da Presidência da Funasa (Decreto nº 8.867/2016).



Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

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, conseqüentemente, 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 o Decreto nº 8.867/2016. 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 de saúde, 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 (TRF's)
 - Juízes Federais
- **Ministério Público da União**
 - Ministério Público Federal (MPF);
 - Ministérios públicos estaduais;
 - Procuradorias federais,
 - Procuradores estaduais,
 - Procurares municipais.
- **Órgãos de controle**
 - Controladoria-Geral da União (CGU);
 - Tribunal de Contas da União (TCU).
 - Advocacia Geral da União (AGU);
- **Veículos de Comunicação**
 - Jornais e revistas impressos e digitais;
 - Emissoras de rádio;
 - Emissoras de televisão;
 - Portais de notícias;
 - Influenciadores digitais;
 - Mídias e redes sociais dos públicos de interesse.
- **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)
 - 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 + rural das cidades com menos de 50 mil habitantes e população rural das cidades acima de 50 mil habitantes.
 - 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.	- Lançamento 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 Social em relação à todas as áreas técnicas institucionais.	- Momento de atualização 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-impressão, 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, com abertura do interesse por parte dos veículos de comunicação e possível cobertura mais frequente.

- 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.	- Possibilidade de comunicação direta com o público externo por meio de novas ferramentas tecnológicas e canais digitais de informação.
- Boa receptividade do público interno em relação as recentes campanhas de endomarketing	- Novo foco governamental em “Serviços ao Cidadão”, por meio de implantação de políticas de digitalização dos processos de trabalho.
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
- Limitação de pessoal com perfil de jornalismo/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.	- Instabilidade quanto ao cenário político e econômico do país.
- Inexistência de contratos para desenvolvimento terceirizado de produtos, serviços e conteúdos para assessoria de imprensa/comunicação	- Cortes orçamentários.
- Falta de mapeamento dos processos e publicação de normativos específicos sobre a comunicação institucional.	- Danos à imagem institucional como efeito colateral de disputas político-administrativas sobre o órgão.
- Falta de atualização do regimento interno, impactando nas competências dos setores de comunicação das unidades descentralizadas.	- Agenda negativa e/ou sensacionalista e/ou alarmista por parte de veículos de comunicação, em detrimento à pautas positivas sobre o trabalho da Fundação.
- Carência de infraestrutura de pessoal e logística nas unidades descentralizadas, além de desarticulação, em nível nacional.	- Falta de confiança da sociedade em ações governamentais motivada pelo desconhecimento do que é feito.
- Cultura organizacional de comunicação pública ainda vinculada a era “analógica”, em tempos de comunicação digital.	- Divulgação de notícias do tipo “fake news” veiculadas pela internet.

<p>- 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.</p>	<p>- Alarde constante de notícias preconizando a extinção do órgão.</p>
<p>- Inexistência de planejamento sistematizado para ações de comunicação digital e produção audiovisual/multimídia.</p>	<p>-</p>

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

2.5. Produtos e serviços de comunicação atuais

A Coordenação de Comunicação Social (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 Funasa e/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/atualizada sempre que novo tema ou área de atuação da Funasa exija tratamento perene e justifique a criação/atualização 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, foram considerados sete macroprocessos na elaboração das ações de 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 política de 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.

Conseqüentemente, para atingir cada um dos 14 objetivos específicos de comunicação, este Plano traz estratégias sistematizadas em **47 iniciativas/ações**, as quais apresentam os seus respectivos cronogramas e indicadores para avaliação de resultados.

Além disso, para cada ação desenvolvida, haverá alinhamento à, pelo menos, **1 (um) dos Objetivos Estratégicos de Comunicação (OEC's)**, os quais poderão dar origem a projetos estratégicos institucionais ou projetos de área, sempre em consonância com a metodologia adotada para os projetos da Funasa, sistematizada no Manual de Gestão de Projetos (MGP) do órgão.

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.

Por fim, também estão 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.

O quadro 2, a seguir, elenca as ações, correlacionando-as com o seu respectivo Objetivo Específico de Comunicação (OEC).

Quadro 2. Ações para consecução dos Objetivos Específicos de Comunicação (OEC)

AÇÕES	OEC
Nível estratégico-organizacional	
1. Editar e publicar ato legal com regras para política de comunicação institucional;	1
2. Mapear, aprovar e regulamentar os processos de trabalho da Coordenação de Comunicação Social;	7
3. Revisar, atualizar e regulamentar as competências dos setores de comunicação social (Socom) das superintendências estaduais (Suest's);	7
4. Editar, regulamentar e implantar política para ações de patrocínio institucional;	4, 5 e 6
5. Editar, regulamentar e implantar política para ações de comunicação digital institucional;	8
6. Editar, regulamentar e implantar política editorial institucional;	10, 11 e 12
7. Editar, regulamentar e implantar política para o repositório do conhecimento institucional;	6, 8, 10, 11, 13 e 14

Nível tático-operacional	
8. Reestruturar e fortalecer o quadro de pessoal do núcleo de imprensa;	Todos
9. Apoiar o núcleo de imprensa com terceirização de parte da produção de conteúdo jornalístico/informacional, por meio de contrato de prestação de serviços e/ou entrega de produtos;	2
10. Sistematizar rede de comunicação institucional nacional, aproximando a Coesc, em Brasília, dos setores de comunicação social (Socom) das Suest's, nos estados;	8
11. Produzir <i>Press Kit</i> com informações sobre a atuação da Funasa	2,3,4 e 5
12. Elaborar agenda de contatos da presidência e da diretoria com formadores de opinião estratégicos;	2,3,4 e 5
13. Manter atualizado <i>mailing list</i> dos jornalistas que cobrem as editorias política nacional, política local, economia, saúde, saneamento, meio ambiente e tecnologia;	2,3,4,5 e 6
14. 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
15. Implementar produção e distribuição de <i>releases</i> de imprensa	2,3,4 e 5
16. Implantar utilização da ferramenta "Ponto a Ponto" em relação à entrevistas e/ou apresentações sobre os programas e ações institucionais por porta vozes	2,3,4 e 5
17. Abrir canal de comunicação em mídia radiofônica, por meio de contratação de serviço para hospedagem, distribuição e monitoramento de conteúdo em áudio jornalístico, com vistas a disseminar mensagens e notícias sobre as ações da Fundação;	6 e 12
18. Desenvolver e proporcionar cursos de capacitação de porta-vozes (<i>media training</i>);	2,3,4 e 5
19. Elaborar Plano de Comunicação específico da Funasa para divulgação do Programa Nacional de Saneamento Rural (PNSR) ;	3,4 e 5
20. Elaborar Plano de Comunicação específico para divulgação do Projeto Sustentar;	3,4 e 5
21. Elaborar Plano de Comunicação específico para divulgação do Projeto Remediar;	3,4 e 5
22. Implementar Plano de Comunicação específico para divulgação do Projeto SALTA-z;	3,4 e 5
23. Atualizar e publicar nova edição do Manual de Identidade Visual;	9, 10, 11 e 14
24. Atualizar Carteira de Projetos para Planejamento de Produção Editorial e Multimídia da Presidência;	9, 10, 11 e 14
25. Retomar a edição periódica da publicação "Funasa em Revista";	9, 10, 11 e 14
26. Atualizar e divulgar a Carta de Serviços institucional;	12
27. Providenciar contratação de serviços gráficos para impressão de publicações editoriais de caráter técnico/científico/educacional;	9, 10 e 11
28. Providenciar contratação de serviços gráficos para impressão de material em grandes formatos (<i>Banners</i>) para publicidade;	9, 10 e 11

29. 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 PC;	9, 10 e 11
30. 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
31. Desenvolver projeto para produção sistematizada de conteúdo audiovisual informativo, educativo, técnico e/ou científico;	11
32. Desenvolver projeto para captação e edição profissional de material audiovisual visando armazenamento de ativos de conhecimento tácito em repositório do conhecimento;	11
33. Digitalizar e inserir em repositório do conhecimento fitas de vídeo (VHS) com registro audiovisual de ações da Funasa e seus antecedentes históricos (SUCAM, FSESP, CENEPI, etc.);	11
34. Reestruturar o site institucional da Funasa na internet em atendimento ao Decreto n.º 9.756/2019;	8
35. Desenvolver e implantar planejamento para ações de comunicação digital relativas à gestão, análise e monitoramento de conteúdo nas mídias e redes sociais institucionais;	8
36. Reestruturar a Intranet institucional;	7 e 8
37. Sistematizar e regulamentar ações para administração e gestão de conteúdo da Intranet institucional;	8
38. Implantar ferramenta para repositório do conhecimento institucional (Dspace) e iniciar gestão do conteúdo;	9, 10 e 11
39. Providenciar banco de imagens institucional (Fotografias - antigas, pessoas, instalações, produtos e serviços);	10 e 11
40. Implantar projeto de Biblioteca Virtual em Saúde (BVS)	10 e 11
41. Remontar exposição de peças e reinaugurar Museu da Funasa;	10 e 13
42. Desenvolver projeto para ações promocionais em eventos, com viés de publicidade de utilidade pública, nos termos da Lei vigente;	4 e 14
43. Sistematizar projeto para realização rotineira de pesquisas de opinião interna e externa para aferição da imagem institucional;	12
44. Desenvolver projeto conjunto com a área de Tecnologia da Informação com vistas a desenvolver a comunicação interna;	6 e 8
45. Revitalizar e periodicizar o projeto “Inova Funasa”;	5 e 13
46. Desenvolver e implementar projeto “Nossos Talentos” para valorização dos servidores e colaboradores;	5 e 13
47. Desenvolver plano de ação para celebração de datas comemorativas (Aniversário da Funasa, dia do servidor, etc.)	5 e 13

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Finalmente, os 47 quadros seguintes, detalham as ações, em forma de um Plano de Trabalho.

4. PLANO DE TRABALHO

Quadro 3. Ação 1 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 1		
Editar e publicar ato legal com regras para política de comunicação institucional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Nov/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Elaboração e aprovação de 100% da política.	Documento publicado no BS e/ou DOU.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Pesquisar políticas de comunicação existentes e redigir proposta.	Out/2019	Out/2019
b) Aprovar minuta com a autoridade máxima da área.	Out/2019	Out/2019
c) Submeter minuta à PFE para análise de viabilidade jurídica do ato.	Out/2019	Nov/2019
d) Editar norma, implantar e iniciar implementação da política de comunicação da Funasa.	Nov/2019	Nov/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, PFE, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 4. Ação 2 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 2		
Mapear, aprovar e regulamentar os processos de trabalho da Coordenação de Comunicação Social		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Mapeamento de 100% dos processos de trabalho e produção de documentos em forma de Procedimentos Operacionais (PO).	PO's aprovados, regulamentados e disponíveis para consulta.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Estudar fluxogramas dos processos; b) Combinar internamente os procedimentos e prazos de trabalho com os atores envolvidos; c) Produzir e submeter documentos à aprovação da autoridade máxima da área (Gabpr); d) Aprovar e disponibilizar os documentos.	Out/2019 Nov/2019 Fev/2020 Mar/2020	Nov/2019 Fev/2020 Fev/2020 Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Dicov, Dimub, Núcleo de imprensa e Gabpr		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 5. Ação 3 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 3		
Revisar, atualizar e regulamentar as competências dos setores de comunicação social (Socom) das superintendências estaduais (Suest's)		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Regulamentação das competências dos 26 Socom's das Suest's.	Regimento Interno atualizado.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Estudar apostilamento da última reestruturação institucional;	Out/2019	Out/2019
b) Propor atualizações no regimento interno;	Nov/2020	Fev/2020
c) Submeter minuta para análise de viabilidade à PFE;	Fev/2019	Fev/2020
d) Acompanhar edição e implementação do novo regimento interno pela alta direção.	Mar/2020	Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cgpla, Deadm, PFE, CGRC, Presi e Suests		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 6. Ação 4 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 4		
Editar, regulamentar e implantar política para ações de patrocínio institucional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Elaboração e aprovação de 100% da política.	Documento publicado no BS e/ou DOU.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Pesquisar políticas de patrocínio existentes e redigir proposta de norma;	Out/2019	Out/2019
b) Aprovar minuta com a autoridade máxima da área;	Out/2019	Out/2019
c) Submeter minuta à PFE e à Secom/SG-PR para análise de viabilidade jurídica do ato;	Out/2019	Nov/2019
d) Editar norma, implantar e iniciar implementação da política de patrocínio na Funasa.	Nov/2019	Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Deadm, Densp, Desam, Audit, PFE, CGRC, Presi e Secom/SG-PR		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 7. Ação 5 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 5		
Editar, regulamentar e implantar política para ações de comunicação digital institucional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc	Fev/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Elaboração e aprovação de 100% da política.	Documento publicado no BS e/ou DOU.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Pesquisar políticas existentes e redigir proposta. b) Aprovar minuta com a autoridade máxima da área. c) Submeter minuta à PFE para análise de viabilidade jurídica do ato. d) Editar norma, implantar e iniciar implementação da política de comunicação digital da Funasa.	Out/2019 Jan/2019 Abr/2019 Fev/2020	Dez/2019 Fev/2019 Mai/2020 Fev/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cgmti, PFE, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 8. Ação 6 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 6		
Editar, regulamentar e implantar política editorial institucional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Museu e Biblioteca (Dimub)/Coesc	Abr/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Elaboração e aprovação de 100% da política.	Documento publicado no BS e/ou DOU.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Consultar política do Ministério da Saúde (MS) e redigir minuta do documento.	Out/2019	Dez/2020
b) Discutir com atores envolvidos e consolidar texto.	Jan/2020	Fev/2020
b) Aprovar minuta com a autoridade máxima da área.	Mar/2019	Mar/2019
c) Submeter minuta à PFE para análise de viabilidade jurídica do ato.	Mar/2019	Abr/2020
d) Editar norma, implantar e iniciar implementação da política editorial da Funasa	Abr/2020	Abr/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dimub, Dicov, Coesc, Gabpr, Deadm, Densp, Desam, PFE, CGRC, Presi e MS		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 9. Ação 7 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 7		
Editar, regulamentar e implantar política para o repositório do conhecimento institucional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Museu e Biblioteca (Dimub)/Coesc	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Elaboração e aprovação de 100% da política.	Documento publicado no BS e/ou DOU.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Verificar com a Bireme estado atual da proposta de norma, atualizar e desenvolver documento;	Out/2019	Nov2019
b) Aprovar minuta com a autoridade máxima da área;	Nov2019	Nov/2019
c) Submeter minuta à PFE para análise de viabilidade jurídica do ato;	Nov/2019	Dez/2019
d) Editar norma, implantar e iniciar implementação da política para o repositório do conhecimento da Funasa.	Dez/2019	Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Dimub, Dicov, Coesc, Gabpr, Cgmti, Deadm, PFE, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 10. Ação 8 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 8		
Reestruturar e fortalecer o quadro de pessoal do núcleo de imprensa		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Criação de núcleo base formado por, no mínimo, 4 (quatro) profissionais da área de jornalismo na Presidência da Funasa.	Lotação de servidor requisitado/contratado na Coesc ou contrato firmado com profissionais, nos termos da lei vigente de terceirização.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Verificar com a Cgesp/Deadm possibilidade de requisição e/ou contratação de profissionais com formação na área de jornalismo;	Out/2019	Out/2019
b) Efetivar 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 DAS ou contrato temporário);	Out/2019	Mar/2020
c) Constituir equipe técnica e verificar possibilidade de reorganizar setor em assessorias de imprensa e de comunicação institucional;	Mar/2020	Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cgesp, Cglog, Deadm e Presi.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 11. Ação 9 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 9		
Apoiar o núcleo de imprensa com terceirização de parte da produção de conteúdo jornalístico/informacional, por meio de contrato de prestação de serviços e/ou entrega de produtos		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mar/2020	
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.	
DESCRIÇÃO 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.	Out/2019 Out/2019 Mar/2020	Out/2019 Mar/2020 Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cglog, Deadm, PFE e Presi.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 12. Ação 10 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 10		
Sistematizar rede de comunicação institucional nacional, aproximando a Coesc, em Brasília, dos setores de comunicação social (Socom) das Suest's, nos estados		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Reunir 100% dos chefes de Socom das Suests e promover oficina(s) de nivelamento sobre as diretrizes da comunicação institucional, bem como capacitação profissional em ações de comunicação social.	Oficina realizada e chefes de Socom capacitados.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento dos ocupantes do cargo de chefia dos Socom's nas Suests; b) Formalizar instrução processual, nos termos do Plano Anual de Capacitação (PAC) da Cgesp/Deadm, com vistas a realizar ação de capacitação para induzir a gestão por mapeamento de competências; c) Convocar chefes dos Socom's. d) Realizar oficina de nivelamento e capacitação profissional, formando multiplicadores para disseminação das diretrizes da comunicação social nas Suests e estruturando, conseqüentemente, rede nacional.	Out/2019 Nov/2019 Fev/2020 Mar/2020	Out/2019 Jan/2020 Fev/2020 Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cgesp, Cglog, Deadm e Suests		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 13. Ação 11 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 11		
Produzir <i>Press Kit</i> com informações sobre a atuação da Funasa		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Fev/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% das peças produzidas e disponíveis para remessa à imprensa.	Kit físico montado.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento das peças e informações a serem divulgadas; b) Fazer arte gráfica e diagramar produtos; c) Produzir peças; d) Enviar para a imprensa, sob demanda.	Out/2019 Nov/2019 Dez/2019 Fev/2020	Out/2019 Nov/2019 Jan/2020 Ação contínua
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Dicov, Coesc, Gabpr e Presi.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 14. Ação 12 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 12		
Elaborar agenda de contatos da presidência e da diretoria com formadores de opinião estratégicos		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% dos contatos mapeados e catalogados.	Planilhas com contatos consolidadas.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento das informações; b) Entrar em contato para checagem e confirmação dos dados; c) Produzir planilha com dados e disponibilizar.	Out/2019 Nov/2019 Dez/2019	Out/2019 Dez/2019 Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Coesc, Gabpr, Assessoria Parlamentar, Assessoria Técnica da Presidência, Gabinetes das Diretorias e Presi.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 15. Ação 13 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 13		
Manter atualizado <i>mailing list</i> dos jornalistas que cobrem as editorias política nacional, política local, economia, saúde, saneamento, meio ambiente e tecnologia		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% dos contatos jornalísticos mapeados e catalogados.	Planilhas com contatos do <i>mailing list</i> consolidadas e disponíveis.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento das informações; b) Entrar em contato para checagem e confirmação dos dados dos jornalistas dos veículos de comunicação escolhidos; c) Produzir planilha com dados e disponibilizar.	Out/2019 Nov/2019 Dez/2019	Out/2019 Dez/2019 Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa e Coesc		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 16. Ação 14 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 14		
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.		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Ação contínua , com produção de conteúdo semanal, bimestral e semestral.	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
Produzir matérias e reportagens para, no mínimo, 5 (cinco) boletins informativos por ano (bimestral) e 2 (duas) revistas (semestral), além de conteúdo semanal para, pelo menos, 3 (três) dias intercalados, com vistas à postagem no site da Funasa na internet e impulsionamento, via redes sociais.	Edições periódicas bimestrais dos boletins impressos e edições semestrais da revista impressos, além da postagem efetiva de notícias eletrônicas no site da Funasa.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento de pautas e checar informação com as fontes;	Ação contínua	Ação contínua
b) Desenvolver produção de conteúdo jornalístico;	Ação contínua	Ação contínua
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
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa e Coesc		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 17. Ação 15 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 15		
Implementar produção e distribuição de <i>releases</i> de imprensa		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do formato e características do modelo de <i>release</i> definido e disponível para envio à imprensa.	Documento diagramado e pronto para impressão/envio eletrônico.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento das informações e características da peça;	Out/2019	Out/2019
b) Realizar diagramação de modelo	Out/2019	Out/2019
c) Finalizar, disponibilizar e implantar ferramenta no dia a dia da assessoria de imprensa.	Nov/2019	Nov/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Dicov, Coesc e Gabpr		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 18. Ação 16 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 16		
Implantar utilização da ferramenta “Ponto a Ponto” em relação à entrevistas e/ou apresentações sobre os programas e ações institucionais por porta vozes		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	<u>Sob demanda</u>	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% das manifestações de porta vozes subsidiadas tecnicamente pela assessoria de imprensa.	Rotina implantada, com aprovação dos registros documentais por autoridade competente no SEI da Funasa	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento das informações sobre o assunto a ser abordado; b) Realizar detalhamento “ponto a ponto”; a) Acompanhar entrevistado e subsidiá-lo com dados técnicos, bem como documentar ação para fins de auditoria, caso necessário.	Sob demanda Sob demanda Sob demanda	- - -
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Coesc, Gabpr, Assessoria Técnica e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 19. Ação 17 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 17		
Abrir canal de comunicação em mídia radiofônica, por meio de contratação de serviço para hospedagem, distribuição e monitoramento de conteúdo em áudio jornalístico, com vistas a disseminar mensagens e notícias sobre as ações da Fundação		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Nov/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do processo de contratação de empresa especializada em prestação de serviços de hospedagem, distribuição e monitoramento de áudio jornalístico digital (MP3) concluído.	Contrato assinado e publicado no DOU, nos termos da Lei.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Formalizar instrução processual, nos termos da Lei;	Set/2019	Set/2019
b) Efetivar providências administrativas para contratação.	Set/2019	Nov/2019
c) Finalizar processo, assinar contrato de prestação de serviço e iniciar envio de demandas.	Nov/2019	Nov/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cglog, Deadm e PFE		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 20. Ação 18 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 18		
Desenvolver e proporcionar cursos de capacitação de porta-vozes (<i>media training</i>);		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Abr/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do processo de contratação de empresa especializada em prestação de serviços de capacitação em <i>media training</i> concluído.	Contrato assinado e publicado no DOU, nos termos da Lei.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Formalizar instrução processual, nos termos da Lei;	Jan/2020	Jan/2020
b) Efetivar providências administrativas para contratação.	Fev/2020	Abr/2020
c) Finalizar processo, assinar contrato de prestação de serviço e iniciar prestação do serviço.	Abr/2020	Abr/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cgesp, Cglog, Deadm e PFE		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 21. Ação 19 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 19		
Elaborar Plano de Comunicação específico da Funasa para divulgação do Programa Nacional de Saneamento Rural (PNSR)		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Abr/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo do Plano de Comunicação específico da Funasa para o PNSR redigido, documentado e aprovado.	Documento finalizado e disponível	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Iniciar tratativas com os atores envolvidos para levantamento de informações e produção de <i>briefing</i> ;	Out/2019	Out/2019
b) Verificar propostas de planos já idealizadas e buscar convergência e sinergia para as ações.	Nov/2019	Dez/2019
c) Desenvolver documento técnico.	Jan/2020	Mar/2020
d) Finalizar documento e submeter à avaliação das autoridades	Abr/2020	Abr/2020
e) Aprovar documento e iniciar implantação e implementação das atividades.	Abr/2020	Abr/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Densp, CGRC, Presi, Ministério da Saúde e Secom/SG-PR		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 22. Ação 20 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 20		
Elaborar Plano de Comunicação específico para divulgação do Projeto Sustentar		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Jan/2021	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo do Plano de Comunicação específico para o Projeto Sustentar redigido, documentado e aprovado.	Documento finalizado e disponível	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Iniciar tratativas com os atores envolvidos para levantamento de informações e produção de <i>briefing</i> ;	Jan/2020	Mar/2020
b) Verificar se existem propostas de planos já idealizadas e buscar convergência e sinergia para as ações.	Abr/2020	Mai/2020
c) Desenvolver documento técnico.	Jun/2020	Nov/2020
d) Finalizar documento e submeter à avaliação das autoridades	Dez/2020	Dez/2020
e) Aprovar documento e iniciar implantação e implementação das atividades.	Jan/2021	Jan/2021
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Densp, Desam, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 23. Ação 21 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 21		
Elaborar Plano de Comunicação específico para divulgação do Projeto Remediar		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Ago/2021	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo do Plano de Comunicação específico para o Projeto Remediar redigido e aprovado.	Documento finalizado e disponível	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Iniciar tratativas com os atores envolvidos para levantamento de informações e produção de <i>briefing</i> ;	Jan/2020	Mar/2020
b) Verificar se existem propostas de planos já idealizadas e buscar convergência e sinergia para as ações.	Abr/2020	Mai/2020
c) Desenvolver documento técnico.	Jun/2020	Jun/2021
d) Finalizar documento e submeter à avaliação das autoridades	Jul/2021	Jul/2021
e) Aprovar documento e iniciar implantação e implementação das atividades.	Ago/2021	Ago/2021
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Desam, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 24. Ação 22 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 22		
Implantar Plano de Comunicação específico para divulgação do Projeto SALTA-z		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mai/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% das ações previstas para a fase de implantação do(s) Plano(s) de Comunicação específico(s) desenvolvidos para o Projeto SALTA-z catalogadas, estruturadas e efetivamente implantadas.	Ações devidamente documentadas e reconhecidas como efetivamente implantadas, por meio de aprovação por autoridade (s) competente(s) em processo administrativo, formalizado eletronicamente no SEI da Funasa.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Iniciar tratativas com os atores envolvidos para levantamento de informações e produção de diagnóstico situacional;	Jan/2020	Fev/2020
b) Verificar propostas de planos já idealizadas e/ou aprovadas e buscar convergência/sinergia para as ações previstas.	Mar/2020	Mar/2020
c) Desenvolver documento técnico para implementação das atividades.	Abr/2020	Abr/2020
d) Finalizar documento e submeter à avaliação das autoridades	Mai/2020	Mai/2020
e) Aprovar documento e iniciar implantação e implementação das atividades.	Mai/2020	Mai/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Desam, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 25. Ação 23 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 23		
Atualizar e publicar nova edição do Manual de Identidade Visual		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo do novo Manual de Identidade Visual (MIV) desenvolvido, diagramado e aprovado.	Publicação de portaria com aprovação do MIV Funasa no Boletim de Serviço (BS).	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento de conteúdo a ser atualizado; b) Diagramar manual com alterações; c) Aprovar manual e publicar portaria de atualização no Boletim de Serviço e disponibilizar manual.	Ou/2019 Nov/2019 Dez/2019	Out/2019 Dez/2019 Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Deadm e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 26. Ação 24 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 24		
Atualizar Carteira de Projetos para Planejamento de Produção Editorial e Multimídia da Presidência		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc	Nov/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% da Carteira de Projetos atualizada, documentada e aprovada.	Publicação de portaria com aprovação da Carteira no Boletim de Serviço (BS).	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Fazer levantamento de necessidades com as áreas técnicas;	Jul/2019	Set/2019
b) Concatenar indicações das áreas e produzir documento técnico;	Out/2019	Out/2019
c) Preparar minuta de portaria e submeter à autoridade competente para aprovação;	Out/2019	Out/2019
d) Aprovar e publicar portaria no Boletim de Serviço.	Nov/2019	Nov/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Ouvidoria, Deadm, Gabinetes das Diretorias e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 27. Ação 25 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 25		
Retomar a edição periódica da publicação “Funasa em Revista”		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mai/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo da primeira edição da nova revista da Funasa editado, diagramado e impresso.	Revista impressa e disponível para distribuição.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Levantamento de informações e produção de conteúdo informacional;	Jan/2020	Mar/2020
b) Revisão de textos e entrega de originais	Mar/2020	Mar/2020
c) Edição e diagramação da peça gráfica;	Abr/2020	Abr/2020
c) Aprovação e revisão final;	Abr/2020	Abr/2020
d) Impressão e disponibilização para distribuição.	Mai/2020	Mai/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Deadm, Direx, Densp, Desam e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 28. Ação 26 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 26		
Atualizar e divulgar a Carta de Serviços institucional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do conteúdo atualizado e peça gráfica confeccionada.	Documento aprovado e disponibilizado no site da Funasa na internet.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Levantamento de informações e atualização do conteúdo informacional; c) Edição e diagramação da peça gráfica; c) Aprovação e revisão final; d) Disponibilização e distribuição.	Out/2019 Nov/2019 Nov/2019 Dez/2019	Out/2019 Nov/2019 Nov/2019 Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Ouvidoria, Densp e Desam		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 29. Ação 27 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 27		
Providenciar contratação de serviços gráficos para impressão de publicações editoriais de caráter técnico/científico/educacional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do processo de contratação de empresa(s) especializada(s) em prestação de serviços gráficos para produção editorial e de publicidade institucional concluído.	Contrato assinado e publicado no DOU, nos termos da Lei.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Formalizar instrução processual, nos termos da Lei;	Out/2019	Out/2019
b) Efetivar providências administrativas para contratação.	Out/2019	Mar/2020
c) Finalizar processo, assinar contrato de prestação de serviço e iniciar demandas.	Mar/2020	Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Cglog, Deadm e PFE		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 30. Ação 28 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 28		
Providenciar contratação de serviços gráficos para impressão de material em grandes formatos (<i>Banners</i>) para publicidade		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do processo de contratação de empresa(s) especializada(s) em prestação de serviços gráficos para confecção de materiais em grandes formatos (banners, painéis, faixas e estandartes) concluído.	Contrato assinado e publicado no DOU, nos termos da Lei.	
DESCRIÇÃO 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.	Out/2019 Out/2019 Mar/2020	Out/2019 Mar/2020 Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Cglog, Deadm e PFE		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 31. Ação 29 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 29		
Providenciar atualização de softwares para trabalhos de <i>design</i> gráfico, web e audiovisual em estações de trabalho dos tipos <i>Macintosh</i> e PC		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do processo de contratação de empresa(s) especializada(s) em prestação de serviços gráficos para produção editorial e de publicidade institucional concluído.	Contrato(os) assinado(os) e publicado(os) no DOU, nos termos da Lei.	
DESCRIÇÃO 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.	Out/2019 Out/2019 Mar/2020	Out/2019 Mar/2020 Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Coint, Cgmti, Cglog, Deadm, PFE e Audit.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 32. Ação 30 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 30		
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 (Coesc)	Dez/2019	
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.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Formalizar instrução processual, nos termos da Lei;	Out/2019	Out/2019
b) Efetivar providências administrativas para contratação.	Nov/2019	Nov/2019
c) Finalizar processo, assinar contrato de prestação de serviço e realizar manutenção.	Dez/2019	Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Coint, Cgmti, Cglog, Deadm, PFE e Audit.		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 33. Ação 31 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 31		
Desenvolver projeto para produção sistematizada de conteúdo audiovisual informativo, educativo, técnico e/ou científico		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc	Mai/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do documento técnico com as diretrizes e plano de ação aprovado.	Projeto de produção de audiovisual sistematizado em documento aprovado.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar levantamento de informações necessárias; b) Desenvolver documento técnico; c) Sistematizar projeto; d) Aprovar com a autoridade competente.	Out/2019 Jan/2020 Abr/2020 Mai/2020	Dez/2019 Mar/2020 Mai/2020 Mai/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Densp, Desam e Suests		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 34. Ação 32 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 32		
Desenvolver projeto para captação e edição profissional de material audiovisual visando armazenamento de ativos de conhecimento tácito em repositório do conhecimento		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Museu e Biblioteca (Dimub)/Coesc	Mai/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do documento técnico com as diretrizes e plano de ação aprovado.	Projeto de produção de audiovisual sistematizado em documento aprovado.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar levantamento de informações necessárias; b) Desenvolver documento técnico; c) Sistematizar projeto; d) Aprovar com a autoridade competente.	Out/2019 Jan/2020 Abr/2020 Mai/2020	Dez/2019 Mar/2020 Mai/2020 Mai/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Dimub, Coesc, Codep, Cgesp e corpo técnico da Funasa		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 35. Ação 33 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 33		
Digitalizar e inserir em repositório do conhecimento fitas de vídeo (VHS) com registro audiovisual de ações da Funasa e seus antecedentes históricos (SUCAM, FSESP, CENEPI, etc.)		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Museu e Biblioteca (Dimub)/Coesc	Dez/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% das fitas VHS digitalizadas e disponíveis para inserção no repositório do conhecimento institucional.	Arquivos em formato digital disponibilizados.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Catalogar todas as fitas VHS existentes no acervo histórico da Biblioteca;	Out/2019	Dez/2019
b) Digitalizar fitas com qualidade técnica mínima equivalente a DVD (Digital Video Disc);	Jan/2020	Dez/2020
c) Inserir no repositório do conhecimento institucional a medida que as fitas forem sendo digitalizadas.	Jan/2020	Dez/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Dimub e Coesc		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 36. Ação 34 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 34		
Reestruturar o site institucional da Funasa na internet em atendimento ao Decreto nº 9.756/2019		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Dez/2020	
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) Sistematizar projeto de reestruturação do site institucional conforme sistemática de projetos vigente;	Out/2019	Fev/2020
b) Articular-se com a Cgmti e providenciar ações previstas no projeto para migração de conteúdo e customização do novo site no novo SGC;	Fev/2020	Dez/2020
c) Finalizar processo e divulgar novo site da Funasa.	Dez/2020	Dez/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Cgmti, Deadm, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 37. Ação 35 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 35		
Desenvolver e implantar planejamento para ações de comunicação digital relativas à gestão, análise e monitoramento de conteúdo nas mídias e redes sociais institucionais		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do documento técnico contendo planejamento para <i>marketing</i> digital desenvolvido e aprovado, com vistas à iniciar ações para consecução do plano.	Documento aprovado pela autoridade máxima da Comunicação Social, por meio de registro eletrônico no SEI da Funasa.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar diagnóstico situacional; c) Desenvolver estratégia de ação (Plano); d) Aprovar documento com a autoridade competente e iniciar implantação imediata das ações.	Out/2019 Dez/2019 Mar/2020	Nov/2019 Mar/2020 Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Dicov, Coesc e Gabpr		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 38. Ação 36 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 36		
Reestruturar a Intranet institucional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc	Jul/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do design de interface aprovado e com principal conteúdo migrado para um novo Sistema de Gerenciamento de Conteúdo (SGC).	Nova home page no ar no domínio http://redefunasa	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar análise de requisitos;	Jan/2020	Fev/2020
b) Realizar proposta e aprovar layout em novo SGC;	Fev/2020	Mar/2020
d) Customizar SGC, desenvolver site e migrar conteúdo principal	Abr/2020	Jun/2020
c) Finalizar processo e divulgar novo site da Funasa.	Jul/2020	Jul/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dicov, Coesc, Gabpr, Cgmti, Deadm, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 39. Ação 37 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 37		
Sistematizar e regulamentar ações para administração e gestão de conteúdo da Intranet institucional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Comunicação Visual e Mídias Digitais (Dicov)/Coesc	Abr/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do documento técnico com regras para gestão de conteúdo da intranet desenvolvido e aprovado.	Documento aprovado pela autoridade máxima da Funasa, com publicação de portaria no Boletim de Serviço.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar diagnóstico situacional; c) Desenvolver documento técnico com regras para gestão de conteúdo; d) Aprovar documento com a autoridade competente e iniciar implantação imediata das ações.	Out/2019 Jan/2019 Abr/2020	Dez/2019 Mar/2019 Abr/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Dicov, Coesc, Gabpr, Coint, Coinf, Cgmti e Deadm		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 40. Ação 38 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 38		
Implantar ferramenta para repositório do conhecimento institucional (Dspace) e iniciar gestão do conteúdo		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Museu e Biblioteca (Dimub)/Coesc	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% da ferramenta digital Dspace configurada e disponível para gestão de ativos de conhecimento da Funasa.	Site do repositório do conhecimento online e disponível para consulta na internet.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Verificar estado de implantação do projeto de configuração da ferramenta Dspace junto à Bireme;	Out/2019	Out/2019
b) Finalizar ajustes técnicos referentes aos metadados e à configuração da ferramenta para os usuários;	Nov/2019	Dez/2019
c) Iniciar alimentação de dados, disponibilizar site do repositório na internet e divulgar novo canal digital.	Dez/2019	Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Dimub, Dicov, Coesc, Gabpr, Codep, Cgesp, Arquivista da Funasa, Deadm, Cotec, Direx, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 41. Ação 39 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 39		
Providenciar banco de imagens institucional (Fotografias - antigas, pessoas, instalações, produtos e serviços)		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do módulo da ferramenta digital para o repositório do conhecimento institucional configurado e recebendo inserções de imagens.	Apontamento de link na intranet institucional tendo como alvo página com banco de imagens.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Verificar estado de implantação do projeto de configuração da ferramenta Dspace junto à Bireme;	Out/2019	Out/2019
b) Finalizar ajustes técnicos referentes aos metadados e à configuração da ferramenta para os usuários, bem como a configuração de um banco de imagens;	Nov/2019	Dez/2019
c) Iniciar alimentação de dados, disponibilizar banco de imagens para usuários.	Dez/2019	Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Dimub, Dicov, Coesc, areas técnicas e Suests		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 42. Ação 40 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 40		
Implantar projeto de Biblioteca Virtual em Saúde (BVS)		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Museu e Biblioteca (Dimub)/Coesc	Mar/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% da ferramenta de pesquisa da Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) configurada e disponível para gestão de informações e inserção de ativos técnicos pela Funasa.	Página configurada e disponível no domínio da BVS, conforme layout determinado pelo modelo de portal padrão, em cumprimento ao Decreto nº 9.756/2019.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Verificar estado de implantação do projeto de configuração da ferramenta junto à Bireme;	Out/2019	Out/2019
b) Finalizar ajustes técnicos referentes à configuração do site para disponibilização da Ferramenta à Funasa;	Nov/2019	Dez/2019
c) Iniciar alimentação de dados e disponibilizá-los na na página da Funasa no domínio da BVS.	Dez/2019	Mar/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dimub, Dicov, Coesc, Gabpr, Cotec, Direx, CGRC e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 43. Ação 41 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 41		
Remontar exposição de peças e reinaugar Museu da Funasa		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Divisão de Museu e Biblioteca (Dimub)/Coesc	Set/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% das peças do Museu expostas e prontas para reinauguração do espaço para visitação de público externo.	Exposição de peças devidamente montada.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Catalogar as peças e providenciar projeto arquitetônico para disposição da mesmas;	Out/2019	Nov/2019
b) Contratar serviço especializado para disponibilizar as peças em seu devido lugar, sem risco de dano patrimonial no processo;	Nov/2020	Mar/2020
c) Finalizar contratação e iniciar montagem da exposição;	Abr/2019	Set/2020
d) Reinaugar Museu.	Set/2020	Set/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Dimub, Coesc, Gabpr, Cglog, Deadm e Presi		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 44. Ação 42 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 42		
Desenvolver projeto para ações promocionais em eventos, com viés de publicidade de utilidade pública, nos termos da Lei vigente		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mai/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do documento técnico desenvolvido e aprovado por autoridade competente	Documento aprovado por autoridade competente no SEI da Funasa e ação iniciada.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar levantamento de informações necessárias; b) Desenvolver documento técnico; c) Sistematizar projeto; d) Aprovar com a autoridade competente e implantar ações.	Jan/2020 Mar/2020 Abr/2020 Mai/2020	Fev/2019 Mar/2020 Mai/2020 Mai/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cglog, Deadm, Densp, Desam e PFE		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 45. Ação 43 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 43		
Sistematizar projeto para realização rotineira de pesquisas de opinião interna e externa para aferição da imagem institucional		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Mai/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do documento técnico desenvolvido e aprovado por autoridade competente	Documento aprovado por autoridade competente no SEI da Funasa e ação iniciada.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar levantamento de informações necessárias; b) Desenvolver documento técnico; c) Sistematizar projeto; d) Aprovar com a autoridade competente e implantar ações.	Jan/2020 Mar/2020 Abr/2020 Mai/2020	Fev/2019 Mar/2020 Mai/2020 Mai/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Cgpla, Cglog, Deadm, Densp, Desam e PFE		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 46. Ação 44 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 44		
Desenvolver projeto conjunto com a area de Tecnologia da Informação com vistas a desenvolver a comunicação interna		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Jul/2020	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do documento técnico desenvolvido e aprovado por autoridade competente	Projeto aprovado e documentado no SEI da Funasa.	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar levantamento de informações necessárias; b) Desenvolver documento técnico; c) Sistematizar projeto; d) Aprovar com a autoridade competente e implantar ações.	Jan/2020 Mar/2020 Jun/2020 Jul/2020	Mar/2019 Mai/2020 Jun/2020 Jul/2020
ATORES ENVOLVIDOS		
Coesc, Gabpr, Coint, Coinf, Cgmti e Deadm		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 47. Ação 45 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 45		
Revitalizar e implementar o projeto “Inova Funasa”		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do projeto mapeado e		
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar levantamento de informações necessárias; b) Desenvolver plano de ação anual; c) Sistematizar projeto de endomarketing; d) Aprovar com a autoridade competente e implantar ações.	Out/2019 Nov/2019 Nov/2019 Dez/2019	Out/2019 Nov/2019 Nov/2019 Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Coesc, Cece, Gabpr, Seais, Cgesp e Deadm		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 48. Ação 46 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 46		
Desenvolver e implementar projeto “Nossos Talentos” para valorização dos servidores e colaboradores		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% do projeto desenvolvido, documentado e aprovado, com indicativo de implantação.	Projeto documentado e aprovado pela autoridade competente	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar levantamento de informações necessárias; b) Desenvolver plano de ação anual; c) Sistematizar projeto de endomarketing; d) Aprovar com a autoridade competente e implantar ações.	Out/2019 Nov/2019 Nov/2019 Dez/2019	Out/2019 Nov/2019 Nov/2019 Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Coesc, Cece, Gabpr, Seais, Cgesp e Deadm		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

Quadro 49. Ação 47 do Plano de Trabalho.

AÇÃO 47		
Desenvolver plano de ação para celebração de datas comemorativas (Aniversário da Funasa, dia do servidor, etc.)		
UNIDADE RESPONSÁVEL	PRAZO	
Coordenação de Comunicação Social (Coesc)	Dez/2019	
META	INDICADOR DE RESULTADO	
100% das datas mapeadas e com indicação de ação (ões) comemorativa(s) (café da manhã, lanche coletivo, etc.) para endomarketing.	Calendário de ações de endomarketing montado e aprovado por autoridade competente	
DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES BÁSICAS	CRONOGRAMA	
	INÍCIO	FIM
a) Realizar levantamento de informações necessárias; b) Desenvolver plano de ação anual; c) Sistematizar projeto de endomarketing; d) Aprovar com a autoridade competente e implantar ações.	Out/2019 Nov/2019 Nov/2019 Dez/2019	Out/2019 Nov/2019 Nov/2019 Dez/2019
ATORES ENVOLVIDOS		
Núcleo de imprensa, Coesc, Cece, Gabpr, Seais, Cgesp e Deadm		

Fonte: Elaborado pela Coesc/Gabpr/Funasa (2019).

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.

_____. **Plano anual de trabalho (PAT) - 2001**. Brasília: Funasa, 2001.

_____. **Plano de ação 1999/2000**. Brasília: Funasa, 1999.

_____. **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.

