

RESOLUÇÃO DA DIRETORIA EXECUTIVA Nº 49/2025

Aprova a Política de Comunicação da Agência Brasileira de Apoio à Gestão do SUS.

A DIRETORIA EXECUTIVA DA AGÊNCIA BRASILEIRA DE APOIO À GESTÃO DO SUS - AgSUS, no uso das competências previstas no artigo 14, inciso III, do Estatuto;

Resolve:

Art. 1º Aprovar a Política de Comunicação da Agência Brasileira de Apoio à Gestão do SUS, nos termos do Anexo Único.

Art. 2º A presente resolução entra em vigor na data da sua publicação.

ANDRÉ LONGO ARAÚJO DE MELO
Diretor Presidente



Documento assinado eletronicamente por **Andre Longo Araujo De Melo, Diretor(a) - Presidente**, em 12/09/2025, às 12:34, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.agenciasus.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0098417** e o código CRC **B6AE34B9**.



AgSUS

Agência Brasileira de Apoio à Gestão do SUS

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO



Sumário

<u>APRESENTAÇÃO</u>	4
<u>1. ABRANGÊNCIA DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO</u>	5
1.1 <u>Aplicação</u>	5
1.2 <u>Base Legal</u>	5
<u>2. PRINCÍPIOS</u>	5
<u>3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO DA AGSUS</u>	6
3.1 <u>Objetivos Gerais</u>	6
3.2 <u>Objetivos Específicos</u>	6
<u>4. PÚBLICOS DE INTERESSE DA AGSUS</u>	6
4.1 <u>Público interno</u>	6
4.2 <u>Público Externo</u>	6
<u>5. ESTRUTURA</u>	7
<u>6. DIRETRIZES E CARACTERÍSTICAS DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA AGSUS</u>	
7.1 <u>Comunicação Interna</u>	7
7.2 <u>Comunicação Externa</u>	8
7.3 <u>Comunicação Digital</u>	9
7.4 <u>Comunicação Visual</u>	9
<u>7. DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS</u>	9

APRESENTAÇÃO

A Política de Comunicação da Agência Brasileira de Apoio à Gestão do SUS (AgSUS) é um instrumento norteador e normativo de boas práticas de Comunicação Institucional que devem ser adotadas na Agência. Visa atribuir às ações de comunicação critérios, princípios e diretrizes claros, que embasem as condutas e as tomadas de decisão estratégicas no âmbito comunicacional.

A Política de Comunicação está pautada pelos objetivos de consolidação, crescimento e expansão da AgSUS, e alinhada ao Plano Estratégico da Agência. A partir dela, pretende-se estabelecer processos e competências de modo a garantir a eficiência, a agilidade e a segurança na transmissão de mensagens coesas, concisas e uniformes. Também almeja tornar os trabalhadores da AgSUS partícipes do processo de comunicação da Agência.

Por mais inovadoras que sejam as ações de uma organização, quando não são divulgadas de maneira adequada e estratégica, perdem força e representação. A comunicação institucional é estratégica para que as instituições estabeleçam sua marca e consolidem uma reputação positiva tanto no ambiente interno quanto no externo à Agência.

Quando feita com qualidade e estratégia, a comunicação é capaz de alavancar o resultado das ações, a reputação e a credibilidade da instituição. Para construir estratégias bem sucedidas, é fundamental que todas as unidades da Agência incorporem e respeitem as diretrizes estabelecidas por esta Política de Comunicação.

1. ABRANGÊNCIA DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

1.1 Aplicação

Esta Política de Comunicação aplica-se a todos os trabalhadores e a todas as Unidades Administrativas da AgSUS, estabelecendo princípios e diretrizes comunicacionais no âmbito da Agência.

1.2 Base Legal

Lei 12.527, DE 18 de novembro de 2011. Lei de Acesso à Informação;

Lei nº 13.958, de 18 de dezembro de 2019, alterada pela Lei nº 14.621, de 14 de julho de 2023;
Estatuto da AgSUS;

Planejamento Estratégico 2024-2026.

2. PRINCÍPIOS

- a) **impessoalidade:** a comunicação deve priorizar o interesse coletivo, evitando a promoção pessoal de agentes públicos. As mensagens institucionais devem representar a posição da Agência, não de indivíduos;
- b) **legalidade:** todas as ações comunicacionais devem respeitar os preceitos legais vigentes;
- c) **ética:** a comunicação deve pautar-se por valores como integridade, responsabilidade e compromisso com a verdade, promovendo relações confiáveis e respeitadas com o público;
- d) **moralidade:** os conteúdos comunicados devem refletir condutas justas, honestas e socialmente aceitáveis, contribuindo para a imagem de uma instituição íntegra e comprometida com o bem comum;
- e) **publicidade:** as informações de interesse público devem ser amplamente divulgadas, garantindo o direito da sociedade ao acesso à informação sobre a gestão do SUS e suas ações;
- f) **objetividade:** a comunicação deve ser direta, prática e orientada por dados e fatos, evitando ambiguidades e subjetividades que comprometam a clareza da mensagem;
- g) **transparência:** é essencial tornar visíveis os processos, decisões e resultados da gestão pública, fortalecendo o controle social e a confiança dos cidadãos na instituição;
- h) **respeito e valorização da diversidade:** a comunicação deve reconhecer e incluir a pluralidade cultural, étnico-racial, de gênero, religiosa, regional e linguística da sociedade brasileira, promovendo a equidade no acesso à informação;
- i) **clareza:** as mensagens devem ser redigidas de forma compreensível ao público-alvo, com linguagem acessível e adequada aos diferentes níveis de compreensão;
- j) **precisão:** as informações divulgadas devem ser corretas, completas e atualizadas, evitando distorções, generalizações e imprecisões que possam induzir a erro; e
- k) **unicidade:** a comunicação institucional deve ser coerente e harmônica, com alinhamento entre os diversos canais e áreas da AgSUS, garantindo uma identidade única e coesa.

3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO DA AGSUS

3.1 Objetivos Gerais

- a) Gerenciar as ações de comunicação da AgSUS, garantindo que a informação seja divulgada de maneira clara, transparente e eficaz para os seus diferentes públicos;
- b) zelar pelos valores e pela reputação da AgSUS, dando publicidade às suas atribuições e competências no apoio à gestão do SUS;
- c) expandir e fortalecer os canais de comunicação da Agência para atingir com eficiência os públicos de interesse da AgSUS.

3.2 Objetivos Específicos

- a) transmitir de forma clara e concreta aos contratantes, parceiros e potenciais parceiros as soluções oferecidas pela AgSUS, destacando como a Agência é capaz de atender suas necessidades de maneira eficiente e satisfatória;
- b) desenvolver e aprimorar canais de comunicação que facilitem e fortaleçam o relacionamento entre a AgSUS e seus diversos públicos, garantindo visibilidade, facilidade de comunicação e uma maior integração com os territórios onde a Agência atua.
- c) integrar, por meio da comunicação institucional, as unidades da AgSUS com os profissionais contratados pela Agência nos territórios, para que as informações sejam capilarizadas e o referencial estratégico seja repassado e entendido por todos;
- d) unificar narrativas e garantir o protagonismo da versão oficial das informações a respeito da AgSUS tanto junto ao público externo quanto ao público interno;
- e) atuar em parceria com os órgãos contratantes a fim de dar ampla divulgação aos resultados obtidos pela Agência, com base nos contratos firmados com essas instituições e com ênfase na promoção e na melhora das condições de saúde da população brasileira;
- f) promover a capacitação contínua dos profissionais que atuam na área de comunicação, par a par com as inovações tecnológicas da área.

4. PÚBLICOS DE INTERESSE DA AGSUS

4.1 Público interno

- a) Profissionais contratados pela AgSUS na sede administrativa: diretores, gestores, coordenadores, assessores, analistas e auxiliares da sede administrativa da AgSUS.
- b) Profissionais contratados pela AgSUS nos territórios: médicos do programa de provimento, equipe administrativa contratada dos escritórios regionais e distritais, trabalhadores da saúde indígena nos DSEI de responsabilidade da AgSUS; e outros profissionais que a Agência venha a contratar para novos projetos.

4.2 Público Externo

- a) Sociedade civil;
- b) Entidades e órgãos que compõem os Conselhos Deliberativo e Fiscal da Agência;

- c) Profissionais da Saúde;
- d) Ministério da Saúde;
- e) Estudantes de cursos de nível superior na área de Saúde e instituições de ensino superior parceiras, que participem dos processos de formação profissional conduzidos pela AgSUS;
- f) População indígena em geral;
- g) Gestores municipais e estaduais e membros dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário;
- h) Representantes e profissionais (pesquisadores, professores) da comunidade acadêmico-científica;
- i) Órgãos, fundações, associações, instituições públicas, privadas ou filantrópicas e entidades de classe do setor de saúde que têm algum tipo de relacionamento com a AgSUS, seja como parceiro em projetos ou potencial parceiro;
- j) Usuários do SUS;
- k) Fornecedores de bens e serviços do setor de Saúde;
- l) Mídia (jornais e revistas impressos e/ou digitais; rádio e TV); e
- m) Influenciadores digitais e formadores de opinião.

5. ESTRUTURA

A comunicação institucional da AgSUS é exercida pela Unidade de Comunicação (UCOM), vinculada à Secretaria-Executiva e de Articulação (SEAR), que, por sua vez, está subordinada à Presidência da AgSUS.

6. DIRETRIZES E CARACTERÍSTICAS DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA AGSUS

6.1 Comunicação Interna

Tem por objetivo divulgar mensagens relevantes dentro de uma organização para o público interno, transmitindo valores, princípios, missão e visão que consolidam a cultura organizacional. Também tem como propósito dar ciência dos fluxos e decisões administrativas da Agência e alinhar discursos e narrativas sobre a entidade, seus projetos e programas.

Na AgSUS, as ações de comunicação interna devem contribuir para a disseminação de boas práticas institucionais e favorecer o fluxo de informação, com o objetivo de promover a sinergia e a integração entre as diretorias, as unidades, os escritórios e os trabalhadores, buscando o comprometimento de todos com o trabalho da Agência.

A UCOM, por iniciativa ou quando demandada e subsidiada com dados fornecidos pelas áreas técnicas, divulga, de maneira transparente e humanizada, as informações de interesse dos públicos internos nos veículos institucionais.

Cabe, também, à UCOM avaliar e decidir qual o melhor canal ou ferramenta para determinada divulgação.

São exemplos de canais utilizados ou que podem vir a ser utilizados na comunicação interna da AgSUS:

- a) boletins informativos digitais ou impressos (newsletter)
- b) e-mail marketing
- c) WhatsApp/ Telegram
- d) contact center
- e) intranet
- f) folders
- g) cards
- h) mural
- i) TV Corporativa

A UCOM pode, sempre que houver novas demandas ou a partir da análise do comportamento organizacional, criar, modificar ou substituir os canais de comunicação interna utilizados.

6.2 Comunicação Externa

É o conjunto de ações e estratégias que visam construir e manter uma imagem positiva da organização, promover os serviços da Agência no apoio à gestão do SUS e fortalecer os seus relacionamentos com os diferentes públicos de interesse.

A comunicação externa deve ser marcada pela impessoalidade, ou seja, não deve se caracterizar pela promoção pessoal. A comunicação externa deve possuir caráter institucional e seguir os critérios de noticiabilidade adotados no jornalismo (ineditismo/curiosidade, atualidade, relevância, notoriedade e repercussão).

Na AgSUS, a comunicação externa tem como foco (linha editorial) as ações e iniciativas estabelecidas nos contratos de gestão firmados pela Agência. A comunicação externa, especialmente quando voltada à imprensa, deve ser feita mediante pactuação com o órgão contratante e priorizar os resultados alcançados (soluções concretas) e as notícias que geram impacto direto à população, notadamente os usuários do SUS.

A linha editorial também deve se pautar pelo Plano Estratégico da instituição, documento que estabelece as diretrizes de atuação da Agência e reúne os norteadores estratégicos institucionais (missão, visão e valores).

São exemplos de canais e ferramentas utilizadas ou que podem vir a ser utilizadas na comunicação externa da AgSUS:

- a) redes sociais
- b) portal
- c) vídeos tutoriais
- d) stand em eventos
- e) coletivas de Imprensa
- f) press Trips (viagens jornalísticas institucionais)
- g) artigos
- h) podcast
- i) boletins de rádio
- j) lives

6.3 Comunicação Digital

Refere-se à divulgação de mensagens através de diferentes plataformas e ferramentas, como portal, Redes Sociais, e-mail marketing e aplicativos. A comunicação digital tem se tornado cada vez mais importante para as instituições, justamente por sua capacidade de atingir diferentes públicos de forma rápida e eficiente.

A UCOM é responsável por criar, produzir e gerenciar o conteúdo noticioso do Portal institucional da AgSUS, da intranet e dos perfis institucionais da Agência nas Redes Sociais (Instagram, Facebook, Flickr, YouTube, LinkedIn e outros que, porventura, possam ser criados).

Também gerencia o e-mail corporativo (Comunicação AgSUS) utilizado para ações de e-mail marketing e compartilha informações pelo perfil do WhatsApp (AgSUS Oficial), por onde são transmitidos comunicados e informes aos trabalhadores da sede administrativa, em Brasília (DF). A UCOM utiliza a ferramenta contact center para mensagens institucionais direcionadas aos trabalhadores que atuam na Atenção Primária e para gestores municipais de Saúde.

É vedada a criação de perfis específicos nas Redes Sociais ou de páginas/sites/ hotsites para atividades, ações, programas, serviços e unidades da AgSUS, fora do Portal institucional da AgSUS. A medida visa garantir a unicidade das plataformas digitais da Agência e também assegurar a divulgação de conteúdo institucional.

6.4 Comunicação Visual

É todo meio de comunicação expresso com a utilização de elementos visuais, como fotografias, gráficos, vídeos, animações, entre outros.

É de competência da UCOM criar, gerir e aplicar a logomarca e a identidade visual da AgSUS. As diretorias, as unidades e os escritórios devem submeter à validação da UCOM a aplicação da logomarca antes da distribuição/veiculação de seus materiais institucionais.

É vedado o uso da logomarca da AgSUS fora dos padrões especificados no manual de identidade visual da Agência e também é vedado o uso para fins particulares.

É vedado, ainda, o uso de submarcas e logomarcas distintas para a identificação de unidades, escritórios e diretorias, podendo haver marcas de programas, campanhas e similares, desde que validadas pela UCOM.

No caso de patrocínio de eventos com a participação ou de interesse da Agência, a UCOM deve ser comunicada imediatamente após a assinatura do contrato de patrocínio a fim de planejar a execução da aplicação da logomarca e da identidade visual.

7. DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

A presente Política deverá ser divulgada amplamente entre os empregados da AgSUS a fim de promover o devido acesso, compreensão e engajamento de toda a equipe. Essa Política poderá ser revisada em consonância com o planejamento estratégico da AgSUS.

Essa Política entra em vigor na data da sua aprovação.



AgSUS

Agência Brasileira de Apoio à Gestão do SUS

agenciasus.org.br

Setor Hoteleiro Norte, Quadra 1,
Bloco E, 2º Pavimento, Edifício
Sede CNP Asa Norte, Brasília - DF,
Cep 70701-050

