



## SENADO FEDERAL

Secretaria-Geral da Mesa  
Secretaria de Comissões

Coordenação de Comissões Especiais, Temporárias e Parlamentares de Inquérito

Ofício nº 1890/2021 - CPIPANDEMIA

Brasília, 15 de julho de 2021

A Sua Excelência o Senhor  
Marcelo Queiroga  
Ministro da SaúdeAssunto: **Solicitação de informações – Requerimento nº 1045/2021-CPIPANDEMIA**

Senhor Ministro,

No intuito de instruir os trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito, criada pelos Requerimentos do Senado Federal nº 1371 e 1372, de 2021, para “apurar as ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento da Pandemia da Covid-19 no Brasil; as possíveis irregularidades, bem como outras ações ou omissões cometidas por administradores públicos federais, estaduais e municipais, no trato com a coisa pública, limitado apenas quanto à fiscalização dos recursos da União repassados aos demais entes federados para as ações de prevenção e combate à Pandemia da Covid-19”, e com fulcro no art. 148 do Regimento Interno do Senado Federal, e no art. 2º da Lei nº 1.579, de 1952, encaminho a V.Ex.a o Requerimento aprovado nº 1045/2021 – CPIPANDEMIA, em anexo, para atendimento.

Solicito que a documentação seja encaminhada no prazo de 10 (dez) dias, em meio magnético, para o endereço eletrônico [sec.cpipandemia@senado.leg.br](mailto:sec.cpipandemia@senado.leg.br). Caso haja algum problema no envio em virtude do tamanho dos arquivos, favor contatar a Secretaria da CPI no telefone do rodapé deste ofício para que seja disponibilizado *link* para envio da documentação.

Ainda, tendo em vista o princípio da publicidade da administração pública consagrado pelo art. 37 da Constituição Federal, solicito que, no caso de a documentação



**SENADO FEDERAL**

Secretaria-Geral da Mesa  
Secretaria de Comissões

Coordenação de Comissões Especiais, Temporárias e Parlamentares de Inquérito

envolver informações resguardadas por sigilo legal, seja informado expressamente no encaminhamento da resposta ao presente expediente, indicando a fundamentação legal do alegado sigilo.

Atenciosamente,

***Senador Omar Aziz***  
Presidente da CPI Pandemia





SENADO FEDERAL  
Gabinete do Senador Humberto Costa

**REQUERIMENTO Nº DE 2021- CPIPANDEMIA**

Excelentíssimo Senhor Presidente,

Requeiro, nos termos do art. 58, § 3º, da Constituição Federal, do art. 2º da Lei nº 1.579/1952 e do art. 148 do Regimento Interno do Senado Federal, que sejam prestadas, **no prazo de dez dias**, pela Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM) do Governo Federal e o Ministério da Saúde, as seguintes informações sobre administração das redes sociais oficiais nos últimos 18 meses.

- a) Quem são os responsáveis pela publicação e interação nas redes sociais oficiais do Ministério da Saúde e da Secom?
- b) Qual o regime de contratação e processo de escolha dos administradores destas redes sociais?
- c) Qual a política de publicação e interação nas redes sociais? Quem define o conteúdo a ser postado? Há uma política de checagem da veracidade das informações divulgadas nas redes sociais?
- d) O Ministério da Saúde, com divulgação da SecomVc, disponibilizava um site para combater as Fake News. Qual o motivo de não ser atualizado? Por que o número de WhatsApp para tirar dúvidas foi desativado?

**JUSTIFICAÇÃO**

A presente Comissão Parlamentar de Inquérito, batizada como CPI DA PANDEMIA, foi criada pelos Requerimentos 1371 e 1372, ambos de 2021, com a finalidade de apurar, no prazo de 90 dias, as ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento da Pandemia da Covid-19 no Brasil e, em especial, no agravamento da crise sanitária no Amazonas com a ausência de oxigênio para os pacientes internados; e as possíveis irregularidades em contratos, fraudes em licitações, superfaturamentos,





SENADO FEDERAL  
Gabinete do Senador Humberto Costa

desvio de recursos públicos, assinatura de contratos com empresas de fachada para prestação de serviços genéricos ou fictícios, entre outros ilícitos, se valendo para isso de recursos originados da União Federal, bem como outras ações ou omissões cometidas por administradores públicos federais, estaduais e municipais, no trato com a coisa pública, durante a vigência da calamidade originada pela Pandemia do Coronavírus "SARS-CoV-2", limitado apenas quanto à fiscalização dos recursos da União repassados aos demais entes federados para as ações de prevenção e combate à Pandemia da Covid-19, e excluindo as matérias de competência constitucional atribuídas aos Estados, Distrito Federal e Municípios.

Os canais oficiais do Ministério da Saúde funcionam como um instrumento de informação a população, comunicando as ações de enfrentamento a Covid-19. É sabido que o Governo Federal utiliza as redes sociais para promover suas políticas voltadas à pandemia, como tratamento precoce, prevenção e riscos do vírus. Tais informações são fundamentais à compreensão da estratégia de comunicação por parte desta CPI. Por essas razões, solicito o apoio dos colegas senadores para a aprovação deste requerimento.

Sala da Comissão, em

de 2021.

**Senador HUMBERTO COSTA**  
**PT/PE**



SF/21505.57045-20



Ministério da Saúde  
Gabinete do Ministro  
Assessoria Parlamentar

## DESPACHO

ASPAR/GM/MS

Brasília, 21 de julho de 2021.

Ao Gabinete do Ministro

Assunto: **Requerimento do Senado Federal nº 1045/2021 - CPIPANDEMIA - Requer informações sobre administração das redes sociais oficiais nos últimos 18 meses, nos termos do requerimento.**

1. Trata-se do **Ofício n.º 1890/2021** (0021726489), da **Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia - CPIPANDEMIA, do Senado Federal**, que encaminha o **Requerimento do Senado Federal n.º 1045/2021** (0021726565), de autoria do Senador Humberto Costa, por meio do qual requer que o Ministério da Saúde, forneça **informações sobre administração das redes sociais oficiais nos últimos 18 meses, nos termos do requerimento.**

2. Em resposta, encaminho **por meio de endereço eletrônico de serviço de armazenamento de arquivos disponibilizado por essa Comissão,** para ciência e atendimento à solicitação do referido Requerimento, os **Despachos SE/GAB/SE/MS** (0021815147), **DATASUS/SE/MS** (0021801256), elaborados pela **Secretaria Executiva - SE/MS; SESAI/NUJUR/SESAI/MS** (0021825046), elaborados pela **Secretaria Especial de Saúde Indígena;** e **Nota Informativa nº 9** (0021933254), elaborada pela **Assessoria de Comunicação Social- ASCOM/MS,** acompanhado dos anexos **Plano anual de comunicação 2020** (0021959480) e **Plano anual de comunicação 2021** (0021959531).

**PAULO TIAGO ALMEIDA MIRANDA**  
Chefe da Assessoria Parlamentar, substituto



Documento assinado eletronicamente por **Paulo Tiago Almeida Miranda, Chefe da Assessoria Parlamentar substituto(a)**, em 05/08/2021, 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](#); e art. 8º, da [Portaria nº 900](#)

---

[de 31 de Março de 2017.](#)

---



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.saude.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.saude.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0021778471** e o código CRC **F3A87E56**.

---

---

**Referência:** Processo nº 25000.109021/2021-53

SEI nº 0021778471



Ministério da Saúde  
Gabinete do Ministro  
Assessoria Parlamentar

OFÍCIO Nº 4822/2021/ASPAR/GM/MS

Brasília, 29 de julho de 2021.

A Sua Excelência o Senhor  
Senador **OMAR AZIZ**  
Presidente da Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia - CIPANDEMIA  
Senado Federal  
Praça dos Três Poderes, Anexo II, Ala Alexandre Costa, sala 15 - Subsolo  
CEP 70.165-900 - Brasília/DF

Assunto: **Requerimento do Senado Federal nº 1045/2021 - CIPANDEMIA -  
Requer informações sobre administração das redes sociais oficiais nos  
últimos 18 meses, nos termos do requerimento.**

Senhor Presidente,

Em resposta ao Ofício n.º **1890/2021** (0021726489), **dessa Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia - CIPANDEMIA**, de 15 de julho de 2021, referente ao Requerimento do Senado Federal n.º 1045/2021 (0021726565), de autoria do Senador Humberto Costa, **encaminhado por meio de endereço eletrônico de serviço de armazenamento de arquivos disponibilizado por essa Comissão**, para ciência e atendimento à solicitação do referido Requerimento, as informações prestadas pelo corpo técnico deste Ministério.

Atenciosamente,

**MARCELO QUEIROGA**  
Ministro de Estado da Saúde



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Antônio Cartaxo Queiroga Lopes, Ministro de Estado da Saúde**, em 05/08/2021, às 19:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#); e art. 8º, da [Portaria nº 900 de 31 de Março de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.saude.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.saude.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0021918215** e o código CRC **78EBD248**.

---

**Referência:** Processo nº 25000.109021/2021-53

SEI nº 0021918215

Assessoria Parlamentar - ASPAR  
Esplanada dos Ministérios, Bloco G - Bairro Zona Cívico-Administrativa, Brasília/DF, CEP 70058-900  
Site - saude.gov.br



Ministério da Saúde  
Secretaria Executiva  
Gabinete da Secretaria Executiva

## DESPACHO

SE/GAB/SE/MS

Brasília, 23 de julho de 2021.

### **CPI PANDEMIA (COVID-19)**

Ref.: Despacho ASPAR (0021726664), de 19 de julho de 2021.

**Assunto: Resposta ao Requerimento do Senado Federal nº 1045/2021/CPIPANDEMIA. Prazo: 30/07/2021.**

1. Ciente.

2. Reporto-me ao **Ofício nº 1890/2021 - CPIPANDEMIA** (0021726489), de autoria do Presidente da CPI da Pandemia, Senador Omar Aziz, o qual faz referência ao **Requerimento do Senado Federal nº 1045/2021/CPIPANDEMIA** (0021726565), de autoria do Senador Humberto Costa, por meio do qual requer que seja encaminhada pelo Ministério da Saúde **informações sobre administração das redes sociais oficiais nos últimos 18 meses, nos seguintes termos:**

- a) Quem são os responsáveis pela publicação e interação nas redes sociais oficiais do Ministério da Saúde e da Secom?
- b) Qual o regime de contratação e processo de escolha dos administradores destas redes sociais?
- c) Qual a política de publicação e interação nas redes sociais? Quem define o conteúdo a ser postado? Há uma política de checagem da veracidade das informações divulgadas nas redes sociais?
- d) O Ministério da Saúde, com divulgação da SecomVc, disponibilizava um site para combater as Fake News. Qual o motivo de não ser atualizado? Por que o número de WhatsApp para tirar dúvidas foi desativado?

3. Consultado, o Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde, por meio do Despacho DATASUS (0021801256), esclarece que não é responsável pela publicação e interação nas redes sociais oficiais desta Pasta.

4. Diante disso, **restituo os autos** ao Chefe da Assessoria Parlamentar - **ASPAR/GM/MS**, com sugestão de redirecionamento da demanda à Assessoria de Comunicação Social - **ASCOM/GM/MS**, tendo em vista que a natureza das informações ora requeridas fogem ao escopo de atuação das áreas técnicas desta Secretaria-Executiva.

ALESSANDRO GLAUCO DOS ANJOS DE VASCONCELOS  
Secretário-Executivo Adjunto

---



Documento assinado eletronicamente por **Alessandro Glauco dos Anjos de Vasconcelos, Secretário-Executivo Adjunto**, em 23/07/2021, às 19:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#); e art. 8º, da [Portaria nº 900 de 31 de Março de 2017](#).

---



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.saude.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.saude.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0021815147** e o código CRC **CE0CAE79**.

---

**Referência:** Processo nº 25000.109021/2021-53

SEI nº 0021815147



Ministério da Saúde  
Secretaria Executiva  
Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde

## DESPACHO

DATASUS/SE/MS

Brasília, 22 de julho de 2021.

Ao Gabinete da Secretaria Executiva - GAB/SE

Assunto: **Solicitação de informações - Requerimento do Senado Federal nº 1045/2021/CPIPANDEMIA.**

Senhor Chefe de Gabinete,

1. Trata-se do **Ofício nº 1890/2021 - CPIPANDEMIA** (0021726489), de autoria do Presidente da CPI da Pandemia, Senador Omar Aziz, o qual faz referência ao **Requerimento do Senado Federal nº 1045/2021/CPIPANDEMIA** (0021726565), de autoria do Senador Humberto Costa, por meio do qual requer que seja encaminhada pelo Ministério da Saúde **informações sobre administração das redes sociais oficiais nos últimos 18 meses, nos seguintes termos:**

- a) Quem são os responsáveis pela publicação e interação nas redes sociais oficiais do Ministério da Saúde e da Secom?
- b) Qual o regime de contratação e processo de escolha dos administradores destas redes sociais?
- c) Qual a política de publicação e interação nas redes sociais? Quem define o conteúdo a ser postado? Há uma política de checagem da veracidade das informações divulgadas nas redes sociais?
- d) O Ministério da Saúde, com divulgação da SecomVc, disponibilizava um site para combater as Fake News. Qual o motivo de não ser atualizado? Por que o número de WhatsApp para tirar dúvidas foi desativado?

2. Em resposta ao Despacho GAB/SE (0021771700), esclarecemos que este Departamento não é responsável pela publicação e interação nas redes sociais oficiais do Ministério da Saúde e da Secom, não dispondo, portanto, das informações solicitadas.

3. Acreditamos que as decisões relativas à publicação e interação nas redes sociais oficiais do Ministério da Saúde sejam de responsabilidade da

Assessoria de Comunicação Social desta Pasta.

4. Posto isso, restituímos os autos, sugerindo, salvo melhor juízo, o redirecionamento da demanda à ASCOM.
5. Nos colocamos à disposição para maiores esclarecimentos.

Respeitosamente,

**FRANK JAMES DA SILVA PIRES**  
Diretor do Departamento de Informática do SUS - Substituto  
**DATASUS/SE/MS**



Documento assinado eletronicamente por **Frank James da Silva Pires, Diretor(a) do Departamento de Informática do SUS substituto(a)**, em 22/07/2021, às 18:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#); e art. 8º, da [Portaria nº 900 de 31 de Março de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.saude.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.saude.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0021801256** e o código CRC **51DD955C**.

**Referência:** Processo nº 25000.109021/2021-53

SEI nº 0021801256



Ministério da Saúde  
Secretaria Especial de Saúde Indígena  
Núcleo Jurídico da Secretaria Especial de Saúde Indígena

DESPACHO

SESAI/NUJUR/SESAI/MS

Brasília, 23 de julho de 2021.

**À Assessoria Parlamentar do Ministério da Saúde (ASPAR/MS),**

**Assunto: Encaminhamento de manifestação acerca do Requerimento nº 1045/2021 - CPIPANDEMIA**

Trata-se do Despacho ASPAR (0021726664), oriundo da Assessoria Parlamentar, em referência ao Ofício nº 1890/2021 - CPIPANDEMIA (0021726489), bem como ao Requerimento nº 1045/2021 - CPIPANDEMIA (0021726565), da CPI da Pandemia, em trâmite no Senado Federal.

No Requerimento supramencionado, o Senado Federal requer sejam fornecidas informações acerca da administração das redes sociais oficiais nos últimos 18 meses:

- a) Quem são os responsáveis pela publicação e interação nas redes sociais oficiais do Ministério da Saúde e da Secom?
- b) Qual o regime de contratação e processo de escolha dos administradores destas redes sociais?
- c) Qual a política de publicação e interação nas redes sociais? Quem define o conteúdo a ser postado? Há uma política de checagem da veracidade das informações divulgadas nas redes sociais?
- d) O Ministério da Saúde, com divulgação da SecomVc, disponibilizava um site para combater as Fake News. Qual o motivo de não ser atualizado? Por que o número de WhatsApp para tirar dúvidas foi desativado?

A justificativa do requerimento encontra-se fundamentada no sentido de que os canais oficiais do Ministério da Saúde funcionam como um meio de instrumento de informação a população, comunicando as ações de enfrentamento à covid-19. Por conseguinte, assevera que tais informações são fundamentais à compreensão da estratégia de comunicação da Comissão Parlamentar de Inquérito.

Ante a isso, informa-se que a Secretaria Especial de Saúde Indígena (SESAI) criou o hotsite <https://saudeindigena.saude.gov.br> para dar visibilidade e agilidade nas ações executadas durante o período de pandemia de Covid-19.

A Secretaria decidiu criar o espaço para publicar diariamente os boletins epidemiológicos, relatórios de ações, documentos com casos de covid-19 nas comunidades indígenas, informes técnicos, notas oficiais, notícias e outros documentos relacionados. Atualmente, na página da SESAI -

<https://www.gov.br/saude/sesai>, há um *banner* informativo que direciona o usuário para *hotsite* sobre a Covid-19.

O Núcleo de Comunicação (NUCOM) da SESAI é composto por jornalistas, relações públicas, fotógrafo e revisor/tradutor. Sendo que dois profissionais são servidores públicos e os demais são bolsistas, selecionados por meio de análise curricular e entrevista. Abaixo seguem os responsáveis pela publicação e administração dos canais de comunicação:

- Profissionais do Núcleo de Comunicação:

Luis Carlos Nunes Oliveira (servidor - fotógrafo)

Murilo Araújo Caldas (servidor - jornalista)

Kenia Dias de Sousa Picoli (bolsista - coordenadora/relações públicas)

Patrícia dos Santos Rodrigues (bolsista - jornalista)

Renata Arruda Vieira (bolsista - revisora/tradutora)

- Atribuições:

Hotsite Covid-19 <http://saudeindigena.gov.br> - Renata Arruda

YouTube: Patrícia dos Santos Rodrigues

Instagram: Patrícia Rodrigues e Renata Arruda

Ante o exposto, encaminha-se os autos para conhecimento e adoção das providências cabíveis.

Colocamo-nos à disposição para prestar demais informações relacionadas ao objeto em apuração, caso necessário.

Atenciosamente,

**ROBSON SANTOS DA SILVA**  
Secretário Especial de Saúde Indígena



Documento assinado eletronicamente por **Robson Santos da Silva**, **Secretário(a) Especial de Saúde Indígena**, em 28/07/2021, às 12:02, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#); e art. 8º, da [Portaria nº 900 de 31 de Março de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.saude.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.saude.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0021825046** e o código CRC **A01E863D**.



Ministério da Saúde  
Gabinete do Ministro  
Assessoria de Comunicação Social

## NOTA INFORMATIVA Nº 9/2021-ASCOM/GM/MS

Em referência ao Ofício 189/2021 (0021726489) e ao Requerimento nº 1045/2021 (0021726565), ambos da CIPANDEMIA, bem como ao Despacho Aspar 0021726664, esta Assessoria de Comunicação tem a informar sobre administração das redes sociais oficiais nos últimos 18 meses:

### **a) Quem são os responsáveis pela publicação e interação nas redes sociais oficiais do Ministério da Saúde e da Secom?**

A execução dos serviços de publicação e interação em redes sociais do Ministério da Saúde, nos últimos 18 meses, foi feita por profissionais devidamente qualificados, contratados por duas empresas de comunicação corporativa que, no período, serviram à pasta.

### **b) Qual o regime de contratação e processo de escolha dos administradores destas redes sociais?**

Os administradores das redes sociais do Ministério da Saúde foram contratados pelas empresas de comunicação corporativa e o processo de escolha dos profissionais seguiu critérios de competência e experiência profissional estabelecidos em edital.

### **c) Qual a política de publicação e interação nas redes sociais?**

A publicação e interação nas redes sociais obedece ao Plano Anual de Comunicação - PAC, instrumento de planejamento da área de comunicação do Ministério da Saúde, e também responde ao contexto da saúde pública brasileira, marcado, nos últimos 17 meses, pela pandemia de covid-19. Uma noção norteadora das ações é a de que a comunicação do ministério é serviço de utilidade pública e busca atender ao inalienável direito do cidadão à informação, à transparência pública e à informação qualificada.

### **Quem define o conteúdo a ser postado?**

O Plano Anual de Comunicação é a peça de referência básica e as demandas do dia a dia são pactuadas com as áreas técnicas finalísticas deste Ministério.

### **Há uma política de checagem da veracidade das informações divulgadas nas redes sociais?**

Todas as informações divulgadas nas redes sociais do Ministério da Saúde são

previamente validadas pelas áreas técnicas finalísticas da pasta.

**d) O Ministério da Saúde, com divulgação da SecomVc, disponibilizava um site para combater as Fake News. Qual o motivo de não ser atualizado? Por que o número de WhatsApp para tirar dúvidas foi desativado?**

O Ministério da Saúde não divulgou a "SecomVc". Com relação ao canal de WhatsApp do órgão, é oportuno salientar que está funcionando normalmente.



Documento assinado eletronicamente por **Patrick Leal Costa, Chefe da Assessoria de Comunicação Social**, em 30/07/2021, às 15:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#); e art. 8º, da [Portaria nº 900 de 31 de Março de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.saude.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.saude.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0021933254** e o código CRC **9538DAF2**.

Brasília, 30 de julho de 2021.

**Referência:** Processo nº 25000.109021/2021-53

SEI nº 0021933254

Assessoria de Comunicação Social - ASCOM  
Esplanada dos Ministérios, Bloco G - Bairro Zona Cívico-Administrativa, Brasília/DF, CEP 70058-900  
Site - [saude.gov.br](http://saude.gov.br)

**Dados Básicos**

Órgão:  
MINISTERIO DA SAUDE

**Itens de planejamento**

Nº – Título: 2 - promoção da saúde	Tipo de Publicidade: Utilidade Pública	Período: 01/01/2020 a 31/12/2020
---------------------------------------	---	-------------------------------------

Objetivo:  
Promover o acesso a qualidade de vida, reduzindo a vulnerabilidade e os riscos à saúde relacionados aos seus determinantes e condicionantes modos de viver, condições de trabalho, habitação, ambiente, educação, lazer, cultura e serviços essenciais.

Justificativa:  
Historicamente, a atenção à saúde no Brasil tem investido na formulação, implementação e concretização de políticas de promoção, proteção e recuperação da saúde. Há, pois, um grande esforço na construção de um modelo de atenção à saúde que priorize ações de melhoria da qualidade de vida dos sujeitos e coletivos.

Público Alvo:  
População em geral.

Pendências:  
Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título: 3 - programas/serviços saúde	Tipo de Publicidade: Utilidade Pública	Período: 01/01/2020 a 31/12/2020
--	---	-------------------------------------

Objetivo:  
Divulgar as políticas e ações do ministério para promover a saúde dos diversos segmentos da população brasileira.

Justificativa:  
Oferecer acesso integral, universal e gratuito ao sistema de saúde pública a todos os brasileiros, seja uma criança, uma pessoa com deficiência ou um trabalhador, entre outros perfis.

Público Alvo:  
População em geral.

Pendências:  
Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título: 4 - hanseníase	Tipo de Publicidade: Utilidade Pública	Período: 01/01/2020 a 31/12/2020
--------------------------------	---	-------------------------------------

Objetivo:  
Estimular a população a reconhecer os sinais e sintomas;  
Estimular a população a procurar o serviço de saúde;  
Estimular a busca ativa de casos pelos profissionais de saúde;  
Extinguir o estigma da doença;

Justificativa:  
A Hanseníase é uma doença crônica, infecto-contagiosa, de notificação compulsória e investigação obrigatória. Caracteriza-se pelo alto poder de causar incapacidades e deformidades físicas, principais responsáveis pelo estigma e preconceito que permeia a doença.

Público Alvo:  
- Prioritário:  
População de baixa renda residente nos bolsões do Brasil  
- Secundários:  
Profissionais e Agentes de Saúde  
Líderes religiosos.

Pendências:  
Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título: 5 - política de equidade	Tipo de Publicidade: Utilidade Pública	Período: 01/01/2020 a 31/12/2020
--	---	-------------------------------------

Objetivo:  
Informar e conscientizar os profissionais de saúde, trabalhadores e gestores do SUS e toda a sociedade sobre o direito que populações específicas e/ou vulneráveis têm ao atendimento integral, humanizado e livre de discriminação, respeitando suas especificidades e necessidades de saúde.

Justificativa:  
O preconceito atinge as populações vulneráveis de diversas formas, muitas vezes impedindo de exercerem seus direitos mais básicos, como o acesso à Saúde. Nessa população são recorrentes os relatos de preconceito, discriminação e falta de conhecimento no atendimento dessa população no Sistema Único de Saúde (SUS). Alguns (mas) trabalhadores (as) de saúde, ao atenderem esses usuários, imaginam que os cuidados de saúde dessa população se resumem apenas à prevenção e tratamento de DSTs, hepatites virais e HIV/aids. Esse pensamento, além de carregado de estigma e preconceito, não dá conta de um atendimento integral à saúde do usuário. As questões relacionadas à saúde sexual podem ser abordadas, mas atenção à saúde dessa população não deve se resumir a isso.

Público Alvo:

População indígena, pessoas com deficiência, pessoas com pessoas raras, população de rua, gays, lésbicas, bissexuais, transexuais, travestis e população negra.

**Pendências:**

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

**Nº – Título:**

6 - combate ao mosquito

**Tipo de Publicidade:**

Utilidade Pública

**Período:**

01/01/2020 a 31/12/2020

**Objetivo:**

Alertar a população, que o mosquito *Aedes aegypti* transmite dengue, chikungunya e zika. Doenças graves que matam. Para isso é preciso intensificar as ações de controle ao mosquito, por meio do esforço de mobilização da população, gestores e profissionais de saúde na adoção de medidas que mantenham o ambiente livre do mosquito *Aedes aegypti*, buscando garantir a redução do número de casos. Importante deixar claro que mosquito está em todo lugar, por isso é necessário apresentar os diferentes cenários de risco à proliferação do mosquito (casas, apartamentos, condomínios, praças, outros espaços privados ou públicos), indicando as atitudes e os cuidados que precisam ser adotados como parte da rotina (combater o mosquito é todo dia). Por fim, estimular a população a buscar imediatamente um serviço de saúde caso apresente algum sintoma da doença.

**Justificativa:**

A campanha de combate a Dengue é realizada no país desde 1986. Ao longo deste período a evolução do conceito e da informação perante a população é notório. Hoje a população tem consciência de como deve evitar a proliferação do mosquito, e consequentemente, o número de casos da doença. Além da situação de dengue, o país obteve importantes registros de aumento de casos de zika e de febre de chikungunya com consequências graves para a população. Estas doenças têm em comum a transmissão vetorial pelo mosquito *Aedes aegypti*. Desta forma, a comunicação deve se voltar para o combate ao mosquito, uma vez que ele é o transmissor das três doenças. Deve também inovar no discurso de prevenção para despertar a atenção da população para algo novo, para um novo comando de comunicação. O principal desafio de comunicação desta nova campanha é revigorar o chamado para o combate ao mosquito, sem deixar de informar sobre as atitudes e cuidados que precisam ser realizados.

**Público Alvo:**

- População Geral

Este é um dos principais atores no processo de controle da doença. É um público que sabe como prevenir o mosquito e que agora precisa ser sensibilizado para continuar com as medidas de prevenção já adotadas.

- Gestantes e familiares

As gestantes devem receber as informações de prevenção específicas como o uso de repelentes, telas, roupas longas, uso de preservativo e evitar locais com criadouros. Os familiares devem ser mobilizados a ajudarem com o reforço das medidas de prevenção já conhecidas. Todos devem estar mobilizados para a prevenção da gestante e do bebe.

- Agentes de Saúde

Os agentes de saúde são atores fundamentais no processo de combate ao mosquito. São eles que têm permissão para a entrada na casa das pessoas e que ajudam com as medidas de prevenção. Eles devem fazer parte da campanha em algum momento.

**Secundários:**

- Gestor

Torná-los principais atores para envolver a todos em suas responsabilidades. Compete ao gestor direcionar as ações de comunicação e mobilização para a população em geral, os profissionais de saúde, conselheiros, lideranças comunitárias, movimentos sociais, entre outros, incentivando a corresponsabilidade da sociedade no controle da doença, além do planejamento e execução de estratégias de organização da rede de assistência à saúde nos diversos níveis de atenção. Cabe reforçar que haverá eleição municipal e que os novos prefeitos devem ser contemplados com mensagem específica.

**Pendências:**

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

**Nº – Título:**

7 - hiv e ists permanente/ datas

**Tipo de Publicidade:**

Utilidade Pública

**Período:**

01/01/2020 a 31/12/2020

**Objetivo:**

Alertar sobre a importância do uso do preservativo para se proteger das Infecções sexualmente transmissíveis: HIV, sífilis, gonorreia, HPV, hepatites A, B e C, herpes, clamídia, além de proteger contra uma gravidez indesejada. É preciso informar sobre a prevenção, diagnóstico, suas consequências e todos os tratamentos disponíveis no SUS.

**Justificativa:**

Desde 2013, o Departamento de Vigilância, Prevenção e Controle das DST, Aids e Hepatites Virais vem investindo fortemente em ações de incentivo ao teste em todo o país, com excelentes resultados. Hoje estão disponíveis diferentes formas de prevenção contra as ISTs, todavia, ainda é extremamente importante que toda a população, em especial os jovens tenham a consciência de que o uso da camisinha em todas as relações sexuais previne o HIV, assim como outras infecções sexuais.

Com este norte, o Departamento de DST, Aids e Hepatites Virais definiu pela ênfase a importância do uso da camisinha em todas as relações sexuais, com destaque para o uso da camisinha masculina ou feminina como a forma mais simples e fácil de se prevenir tanto do HIV quanto de outras IST e que podem ser adequadas à rotina de vida das pessoas.

Mais do que isso, deve-se priorizar a informação de que o tratamento para HIV e as ISTs estão disponíveis para todos, após o diagnóstico positivo, como ferramenta de cuidado e qualidade de vida, garantindo a longevidade das pessoas que vivem com HIV ou uma IST.

A comunicação deve ser perene. O discurso de prevenção, diagnóstico e tratamento deve se manter durante todo e não apenas em datas festivas. Afirmar a importância e valorizar uso do preservativo como um gesto que precisa ser levado à sério por homens e mulheres.

**Público Alvo:**

-Primário:

População sexualmente ativa, de 15 a 24 anos, Em especial das classes C, D, E.

- Secundários:

Homens que fazem sexo com outros homens (HSH);

Travestis ;

Profissionais do Sexo;

Usuário de Drogas;

Gestores;

Profissionais de saúde.

**Pendências:**

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:  
8 - tuberculose

Tipo de Publicidade:  
Utilidade Pública

Período:  
01/01/2020 a 31/12/2020

Objetivo:  
Alertar a população para os sintomas da Tuberculose para a importância do diagnóstico precoce e para o teste rápido, disponível nas Unidades de Saúde público do país.

Justificativa:  
No ano de 2018, a Secretaria de Vigilância em Saúde, registrou mais de 75 mil novos casos de tuberculose. No mesmo ano foram registrados 4.577 óbitos em decorrência da doença. Uma taxa de 2,3 óbitos/100 mil habitantes. Controlar a tuberculose é uma prioridade dos programas de saúde pública no Brasil.

Público Alvo:

Primário:

Populações Vulneráveis (Classes D e E):

1. População em geral
2. Homens das classes CDE entre 30 e 40 anos
3. População em situação de pobreza
4. População carcerária
5. População de rua

Secundário:

1. Profissionais de Saúde e Secretários, ACS, ESF, Gestor, Médicos, Enfermeiras, entre outros
2. Formadores de Opinião: Grande Mídia
3. Formadores de Opinião: Mídia Alternativa
4. Parlamentares: Frente Parlamentar de Luta contra a TB

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:  
9 - câncer/tabagismo - datas

Tipo de Publicidade:  
Utilidade Pública

Período:  
01/01/2020 a 31/12/2020

Objetivo:  
Oferecer informações de utilidade pública para facilitar o acesso à prevenção, às ações de detecção precoce e ao tratamento do câncer. Estimular o debate sobre as estratégias de saúde pública para o controle da doença. Divulgar a prevenção e a detecção precoce como formas de reduzir a mortalidade por câncer e outras doenças não transmissíveis. Informar a população sobre ações de controle, pesquisa, ensino, prevenção e acesso ao tratamento previstas na Política Nacional para a Prevenção e Controle do Câncer na Rede de Atenção à Saúde das Pessoas com Doenças Crônicas no Sistema Único de Saúde (SUS). Informar à população que qualquer pessoa pode buscar tratamento gratuito e integral do câncer no SUS.

Justificativa:

As datas relacionadas ao tabagismo são oportunidades de dizer que muito pode ser feito quando pessoas, comunidades e governos se mobilizam em torno de soluções para o problema. A data cria oportunidade para disseminar informação e estimular o debate através dos meios de comunicação de todo o mundo.

Público Alvo:

População em geral.

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:  
10 - malária

Tipo de Publicidade:  
Utilidade Pública

Período:  
01/01/2020 a 31/12/2020

Objetivo:  
Informar a população que o diagnóstico e tratamento para malária estão disponíveis de forma gratuita no SUS. Incentivar a população a procurar o serviço de saúde para realizar diagnóstico e tratamento.

Justificativa:

Apesar dos avanços significativos, a malária ainda representa um desafio, uma vez que a interrupção nas ações, a falta de investimento e de comprometimento político levam rapidamente ao aumento no número de casos. Para manter a redução e alcançar a eliminação de malária é necessária a mobilização e o envolvimento contínuo dos gestores e profissionais de saúde do país, de outros setores externos, empresas privadas, ONGs e da comunidade em geral na luta contra a doença.

Público Alvo:

-Prioritário:

População geral

-Secundários:

Gestores estaduais e municipais  
Profissionais e Agentes de Saúde

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:  
11 - doação de leite

Tipo de Publicidade:  
Utilidade Pública

Período:  
01/01/2020 a 31/12/2020

Objetivo:

Sensibilizar e mobilizar as mães sobre a importância do ato de doar seu leite materno. Reforçar o Banco de Leite Humano como espaço para auxílio e orientações nas questões referentes à amamentação e também à doação de leite materno. Mobilizar a população sobre a importância de aumentar as taxas de doação de leite humano no Brasil. Esclarecer de forma direta a importância do leite humano para os recém nascidos.

Justificativa:

A mortalidade infantil é uma grande preocupação da Saúde Pública, e combatê-la parte de uma série de compromissos assumidos pelo Brasil, como os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), Pacto de Redução da Mortalidade Materna e Neonatal, e Pacto pela Redução da Mortalidade Infantil no Nordeste e Amazônia Legal.

De 1990 a 2007, a taxa de mortalidade infantil no Brasil apresentou tendência de queda, passando de 47,1/1000 nascidos vivos, em 1990, para 18,97/1000 em 2008 (valor estimado). Apesar do declínio, os níveis atuais são considerados elevados e incompatíveis com o desenvolvimento do País, pois a taxa atual é semelhante a dos países desenvolvidos no final da década de 60, e cerca de três a seis vezes maior do que a de países como o Japão, Canadá, Cuba, Chile e Costa Rica, que apresentam taxas entre 3 e 10/1.000 nascidos vivos, segundo dados do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF).

Público Alvo:

- Prioritário: Mulheres que amamentam e gestantes.
- Secundário: Famílias de mulheres lactantes, gestantes e seus companheiros (as) Profissionais de saúde (enfermeiros, médicos, fisioterapeutas, doulas, parteiras, nutricionistas, etc.) Formadores de opinião, jornalistas e mídia Empresas públicas e privadas que possuem sala de apoio à amamentação e que empregam acima de 30 mulheres em idade fértil.

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:

12 - vacinação

Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

Período:

01/01/2020 a 31/12/2020

Objetivo:

Mobilizar a população para atualizar a caderneta de acordo com o calendário básico de vacinação.

Objetivos Específicos

- Oportunizar o acesso às vacinas oferecidas pelo PNI;
- Melhorar as coberturas vacinais e homogeneidade, para alcançar as metas;
- Produzir campanhas de comunicação e mobilização social;
- Contribuir na redução da incidência das doenças imunopreveníveis.

Justificativa:

O Programa Nacional de Imunizações (PNI) ao longo de sua história vem adotando estratégias diferenciadas para alcançar adequadas coberturas vacinais com homogeneidade, visando contribuir para erradicação, eliminação e controle das doenças imunopreveníveis.

Com o intuito de manter a pauta de vacinação em discussão durante todo o ano, deverá ser elaborado uma estratégia de comunicação com uma campanha de vacinação geral pontuando a importância de manter a caderneta de vacinação atualizada. Além disso, teremos as demais campanhas do Calendário Nacional de Imunização: poliomielite, sarampo, influenza, febre amarela, multivacinação, hepatite, HPV, rubéola, caxumba, coqueluche.

Além disso, as fake News e a resistência de pessoas em acreditar na eficácia das vacinas, são uma das principais causas para a queda das coberturas vacinais. O discurso anti-vacina ainda se mante em alta, com textos sensacionalistas, baseados em artigos científicos e com apelo para emoção. As baixas coberturas vacinais no Brasil, tem sido motivo de comemoração para os grupos antivacinas. Por isso é preciso alertar e combater sobre as fakes News na área da vacinação, sob pena de milhares de brasileiros sofrerem graves riscos à saúde e até mesmo a morte.

Público Alvo:

População em Geral

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:

13 - doação de sangue

Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

Período:

01/01/2020 a 31/12/2020

Objetivo:

- Captar novos doadores;
- Agradecer e valorizar o doador fidelizado;

Justificativa:

Nos últimos anos, observou-se a manutenção das taxas de doação de sangue: 1,9% em 2011, 1,8% em 2012; 1,9% em 2013 de acordo com os dados consolidados por esta coordenação. Paralelamente, as informações que vêm dos estados apontam para a necessidade de fortalecer os estoques locais de sangue, o que significa que a demanda pelo sangue não vem diminuindo. A baixa dos estoques locais pode ser regular ou mais intensa nos meses de julho, dezembro, janeiro e fevereiro.

O sangue doado é processado e utilizado em situações de anemia, doenças hematológicas, para pacientes que realizam tratamento de câncer, procedimentos cirúrgicos de médio e grande porte (incluindo cirurgias cardíacas, neurológicas, transplantes). Nesse sentido, a sensibilização para a doação é premente considerando que a diminuição da oferta de sangue pode impactar fortemente em diversos tratamentos que visam à recuperação da saúde da população. Identifica-se, portanto, que a educação permanente da população para a doação de sangue é imprescindível para que as doações se tornem espontâneas, e para que os serviços de hemoterapia trabalhem com estoques regulares ao longo de todo o ano para suprir às demandas transfusionais locais.

Diante desse contexto, a manutenção do lançamento de uma campanha de promoção da doação de sangue de abrangência nacional tem grande importância para a sensibilização e educação da população. A utilização dos meios de comunicação variados promove divulgação ampla por meio de vídeos para a televisão e mensagens para rádios. A elaboração de cartazes e folhetos é essencial para que os serviços de hemoterapia realizem suas campanhas locais de captação e fidelização de doadores.

Público Alvo:

- Prioritário: Homens e Mulheres; Faixa etária de 16 à 69 anos;
- Secundário Público influenciador: Profissionais de saúde, profissionais de comunicação, profissionais de educação, blogueiros, gestores.

## Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

## Nº – Título:

14 - hepatites virais

## Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

## Período:

01/01/2020 a 31/12/2020

## Objetivo:

## Hepatites C

Na comunicação em geral, apresentar a hepatite C como um agravo que tem alta taxa de cura, cujo tratamento está disponível gratuitamente no SUS, independentemente do tipo de lesão hepática. A ideia é promover o diagnóstico precoce e o tratamento, com informações sobre as consequências da hepatite C (cirrose, câncer e morte).

## Hepatites B

A mensagem da campanha sobre a hepatite B é chamar a atenção para a promoção da vacinação (imunização) como a melhor forma de prevenção, assim como disseminar informações sobre as consequências da hepatite B (cirrose, câncer e morte). Informar também que a vacina está disponível para todos os que a procurarem. Fundamental valorizar a importância das três doses da vacina.

## Justificativa:

A Assembleia Mundial de Saúde aprovou, em 2010, resolução proposta pelo Ministério da Saúde do Brasil que reconhece o impacto das hepatites virais como um problema de saúde global. Em 2016, O Brasil propôs à Assembleia uma nova resolução para os Estados-membros: a promoção do acesso universal ao tratamento de hepatite C, a partir da consideração de que, 1 milhão de pessoas morrem anualmente em todo globo em decorrência das hepatites virais.

As hepatites virais (B e C) são doenças silenciosas que podem causar danos graves à saúde. Milhões de pessoas no Brasil são portadoras dos vírus B ou C e não o sabem. Elas correm o risco de as doenças evoluírem (tornarem-se crônicas) e causarem danos mais graves ao fígado, como cirrose e câncer. As hepatites B e C podem ser transmitidas pelo contato com sangue contaminado.

## Público Alvo:

## - Hepatite C

Pessoas a partir de 40 anos (o uso de drogas injetáveis caiu no país, mas era mais comum nos anos 90 e 80 e a chance de uma transfusão de risco, sem os controles de qualidade existentes desde os anos 90 é quase nula).

## - Hepatite B

Pessoas a partir de 15 anos

## Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

## Nº – Título:

15 - aleitamento materno

## Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

## Período:

01/03/2020 a 31/12/2020

## Objetivo:

- Incentivar a amamentação até os dois anos ou mais e de forma exclusiva nos primeiros seis meses.

- Informar sobre a importância do aleitamento materno e incentivar mais mulheres a adotar este hábito e ter conhecimento que é o melhor para o bebê e para ela também.

Mobilizar familiares, gestores e empregadores a apoiarem as mães em fase de amamentação.

- Informar as pessoas sobre os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) e como elas se relacionam com Aleitamento Materno e Alimentação de Lactentes e Crianças Pequenas;

- Mostrar o progresso feito até o momento e as lacunas importantes em Aleitamento Materno e Alimentação de Lactentes e Crianças Pequenas;

- Chamar a atenção para a importância de intensificar as ações para proteger, promover e apoiar o aleitamento materno como uma intervenção fundamental na contagem regressiva dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), e após 2015;

- Estimular o interesse entre os jovens de ambos os sexos para ver a relevância do aleitamento materno no mundo de hoje.

- Redução da mortalidade infantil pelo aleitamento materno.

## Justificativa:

Aproximadamente 10,5 milhões de crianças menores de 5 anos morrem a cada ano em todo o mundo. A maioria absoluta dessas mortes é evitável e ocorre em países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. Mas como resultado de uma série de medidas tomadas pelo governo federal nos últimos anos, e mais fortemente a partir de 2011, com a criação da Rede Cegonha, o Brasil foi um dos primeiros países a atingir a meta 4 dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). De 1990 até 2012, a mortalidade de crianças menores de 5 anos foi reduzida em 77%. Apesar do avanço, a mortalidade infantil no Brasil está ainda muito aquém do desejado, pois o país tem o desafio de superar a morte de crianças no período neonatal (de 0 a 2 meses), responsável por 70% das mortes até 5 anos.

## Público Alvo:

## Prioritário:

- Gestantes e mulheres com bebês até 2,5 anos de idade

- Mulheres de 12 a 49 anos

- População em geral.

## Secundário:

- Profissionais de saúde (enfermeiros, médicos, fisioterapeutas, parteiras, nutricionistas etc)

- Famílias de mulheres grávidas e seus companheiros (as)

- Formadores de opinião, jornalistas e mídia

- Pessoas que vivem próximas às gestantes e às lactantes no trabalho e na vida social.

- Empresas públicas e privadas que possuem sala de apoio à amamentação e que empregam acima de 30 mulheres em idade fértil.

## Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

## Nº – Título:

16 - doação de órgãos

## Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

## Período:

01/01/2020 a 31/12/2020

## Objetivo:

- Sensibilizar o público alvo sobre a importância da doação de órgãos e tecidos, buscando torná-lo um possível doador.
- Sensibilizar a família do doador esclarecendo que é ela quem autoriza a doação, cabendo a cada possível doador conversar sobre o assunto e esclarecer à sua família sobre seu desejo de doar. (Hoje, no Brasil, não é necessário deixar nenhum documento por escrito, nem ter o desejo de doar expresso em documentos de identificação).
- Sensibilizar os profissionais de saúde da importância do papel deles na hora de abordar e convencer a família do doador.

Justificativa:

O Brasil permanece como o maior programa público de transplantes de órgãos tecidos e células do mundo, que é garantido a todos os brasileiros por meio do Sistema Único de Saúde - SUS.

Desde a criação do Sistema Nacional de Transplante, até os dias de hoje, o crescimento do número de transplantes realizados reflete o amadurecimento do Sistema como resultado do investimento constante de recursos por parte do Ministério da Saúde e a ação direta de estados e municípios nas ações e campanhas de conscientização.

Público Alvo:

- Doadores
- Famílias dos doadores
- Profissionais de Saúde

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

<b>Histórico</b>			
<b>Data</b>	<b>Situação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Responsável</b>
04/12/2019	Conforme	Plano Anual de Comunicação - PAC em conformidade com as orientações de envio expedidas por esta Secretaria Especial de Comunicação Social - Casa Civil - Presidência da República, em ofício circular. Posteriormente, as propostas de ações de publicidade (PADs), relacionadas aos itens deste PAC, deverão ser submetidas à análise da SPP, previamente à sua realização, conforme orienta a Instrução Normativa Secom-PR Nº 07 de 19/12/2014.	Sônia Damasco do Vale
04/12/2019	Submetido	O PAC foi submetido.	Juliana Costa Vieira
04/12/2019	Em construção	Foi removido o item de planejamento 1 - pesquisa de imagem - ministério da saúde.	Juliana Costa Vieira
04/12/2019	Devolvido	O PAC foi devolvido	Sônia Damasco do Vale
04/12/2019	Submetido	Foi adicionada a pendência 235 no item de planejamento 1 - pesquisa de imagem - ministério da saúde.	Sônia Damasco do Vale
28/11/2019	Submetido	O PAC foi submetido.	Juliana Costa Vieira
28/11/2019	Em construção	O item de planejamento 1 - pesquisa de imagem - ministério da saúde foi alterado.	Juliana Costa Vieira
28/11/2019	Em construção	O item de planejamento 1 - pesquisa de imagem - ministério da saúde foi alterado.	Juliana Costa Vieira
28/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 16 - doação de órgãos.	Juliana Costa Vieira
28/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 15 - aleitamento materno.	Juliana Costa Vieira
28/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 14 - hepatites virais.	Juliana Costa Vieira
28/11/2019	Em construção	Foi removido o item de planejamento 14 - doação de leite utilidade pública.	Juliana Costa Vieira
28/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 14 - doação de leite utilidade pública.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 13 - doação de sangue.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 12 - vacinação.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 11 - doação de leite.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 10 - malária.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 9 - câncer/tabagismo - datas.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 8 - tuberculose.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 7 - hiv e ists permanente/ datas.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 6 - combate ao mosquito.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 5 - política de equidade.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 4 - hanseníase.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	O item de planejamento 3 - programas/serviços saúde utilidade pública foi alterado.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	O item de planejamento 2 - promoção da saúde utilidade pública foi alterado.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	O item de planejamento 1 - pesquisa de imagem - ministério da saúde utilidade pública foi alterado.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 3 - programas/serviços saúde utilidade pública.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 2 - promoção da saúde utilidade pública.	Juliana Costa Vieira
27/11/2019	Em construção	Inclusão do item de planejamento 1 - pesquisa de imagem - ministério da saúde utilidade pública.	Juliana Costa Vieira
22/11/2019	Em construção	Plano Anual de Comunicação incluído.	Juliana Costa Vieira

**Dados Básicos**

Órgão:  
MINISTERIO DA SAUDE

**Itens de planejamento**

Nº – Título: 1 - promoção da saúde	Tipo de Publicidade: Utilidade Pública	Período: 01/01/2021 a 31/12/2021
---------------------------------------	---	-------------------------------------

Objetivo:  
Promover o acesso a qualidade de vida, reduzindo a vulnerabilidade e os riscos à saúde relacionados aos seus determinantes e condicionantes modos de viver, condições de trabalho, habitação, ambiente, educação, lazer, cultura e serviços essenciais.

Justificativa:  
Historicamente, a atenção à saúde no Brasil tem investido na formulação, implementação e concretização de políticas de promoção, proteção e recuperação da saúde. Há, pois, um grande esforço na construção de um modelo de atenção à saúde que priorize ações de melhoria da qualidade de vida dos sujeitos e coletivos.

Público Alvo:  
População em geral

Pendências:  
Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título: 2 - programas/serviços saúde	Tipo de Publicidade: Utilidade Pública	Período: 01/01/2021 a 31/12/2021
--	---	-------------------------------------

Objetivo:  
Divulgar as políticas e ações do ministério para promover a saúde dos diversos segmentos da população brasileira.

Justificativa:  
Oferecer acesso integral, universal e gratuito ao sistema de saúde pública a todos os brasileiros, seja uma criança, uma pessoa com deficiência ou um trabalhador, entre outros perfis.

Público Alvo:  
População em geral

Pendências:  
Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título: 3 - hanseníase	Tipo de Publicidade: Utilidade Pública	Período: 01/01/2021 a 31/12/2021
--------------------------------	---	-------------------------------------

Objetivo:  
Estimular a população a reconhecer os sinais e sintomas;  
Estimular a população a procurar o serviço de saúde;  
Estimular a busca ativa de casos pelos profissionais de saúde;  
Extinguir o estigma da doença;

Justificativa:  
A Hanseníase é uma doença crônica, infecto-contagiosa, de notificação compulsória e investigação obrigatória. Caracteriza-se pelo alto poder de causar incapacidades e deformidades físicas, principais responsáveis pelo estigma e preconceito que permeia a doença.

Público Alvo:  
- Prioritário:  
População de baixa renda residente nos bolsões do Brasil  
- Secundários:  
Profissionais e Agentes de Saúde  
Líderes religiosos.

Pendências:  
Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título: 4 - política de equidade	Tipo de Publicidade: Utilidade Pública	Período: 01/12/2021 a 31/12/2021
--	---	-------------------------------------

Objetivo:  
Informar e conscientizar os profissionais de saúde, trabalhadores e gestores do SUS e toda a sociedade sobre o direito que populações específicas e/ou vulneráveis têm ao atendimento integral, humanizado e livre de discriminação, respeitando suas especificidades e necessidades de saúde.

Justificativa:  
O preconceito atinge as populações vulneráveis de diversas formas, muitas vezes impedindo de exercerem seus direitos mais básicos, como o acesso à Saúde. Nessa população são recorrentes os relatos de preconceito, discriminação e falta de conhecimento no atendimento dessa população no Sistema Único de Saúde (SUS).  
Alguns (mas) trabalhadores (as) de saúde, ao atenderem esses usuários, imaginam que os cuidados de saúde dessa população se resumem apenas à prevenção e tratamento de DSTs, hepatites virais e HIV/aids. Esse pensamento, além de carregado de estigma e preconceito, não dá conta de um atendimento integral à saúde do usuário. As questões relacionadas à saúde sexual podem ser abordadas, mas atenção à saúde dessa população não deve se resumir a isso.

Público Alvo:

População indígena, pessoas com deficiência, pessoas com pessoas raras, população de rua, gays, lésbicas, bissexuais, transexuais, travestis e população negra.

**Pendências:**

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

**Nº – Título:**

5 - combate ao mosquito

**Tipo de Publicidade:**

Utilidade Pública

**Período:**

01/01/2021 a 31/12/2021

**Objetivo:**

Alertar a população, que o mosquito *Aedes aegypti* transmite dengue, chikungunya e zika. Doenças graves que matam. Para isso é preciso intensificar as ações de controle ao mosquito, por meio do esforço de mobilização da população, gestores e profissionais de saúde na adoção de medidas que mantenham o ambiente livre do mosquito *Aedes aegypti*, buscando garantir a redução do número de casos. Importante deixar claro que mosquito está em todo lugar, por isso é necessário apresentar os diferentes cenários de risco à proliferação do mosquito (casas, apartamentos, condomínios, praças, outros espaços privados ou públicos), indicando as atitudes e os cuidados que precisam ser adotados como parte da rotina (combater o mosquito é todo dia). Por fim, estimular a população a buscar imediatamente um serviço de saúde caso apresente algum sintoma da doença.

**Justificativa:**

A campanha de combate a Dengue é realizada no país desde 1986. Ao longo deste período a evolução do conceito e da informação perante a população é notório. Hoje a população tem consciência de como deve evitar a proliferação do mosquito, e consequentemente, o número de casos da doença. Além da situação de dengue, o país obteve importantes registros de aumento de casos de zika e de febre de chikungunya com consequências graves para a população. Estas doenças têm em comum a transmissão vetorial pelo mosquito *Aedes aegypti*. Desta forma, a comunicação deve se voltar para o combate ao mosquito, uma vez que ele é o transmissor das três doenças. Deve também inovar no discurso de prevenção para despertar a atenção da população para algo novo, para um novo comando de comunicação. O principal desafio de comunicação desta nova campanha é revigorar o chamado para o combate ao mosquito, sem deixar de informar sobre as atitudes e cuidados que precisam ser realizados.

**Público Alvo:**

- População Geral

Este é um dos principais atores no processo de controle da doença. É um público que sabe como prevenir o mosquito e que agora precisa ser sensibilizado para continuar com as medidas de prevenção já adotadas.

- Gestantes e familiares

As gestantes devem receber as informações de prevenção específicas como o uso de repelentes, telas, roupas longas, uso de preservativo e evitar locais com criadouros. Os familiares devem ser mobilizados a ajudarem com o reforço das medidas de prevenção já conhecidas. Todos devem estar mobilizados para a prevenção da gestante e do bebe.

- Agentes de Saúde

Os agentes de saúde são atores fundamentais no processo de combate ao mosquito. São eles que têm permissão para a entrada na casa das pessoas e que ajudam com as medidas de prevenção. Eles devem fazer parte da campanha em algum momento.

**Secundários:**

- Gestor

Torná-los principais atores para envolver a todos em suas responsabilidades. Compete ao gestor direcionar as ações de comunicação e mobilização para a população em geral, os profissionais de saúde, conselheiros, lideranças comunitárias, movimentos sociais, entre outros, incentivando a corresponsabilidade da sociedade no controle da doença, além do planejamento e execução de estratégias de organização da rede de assistência à saúde nos diversos níveis de atenção. Cabe reforçar que haverá eleição municipal e que os novos prefeitos devem ser contemplados com mensagem específica.

**Pendências:**

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

**Nº – Título:**

6 - ist permanente

**Tipo de Publicidade:**

Utilidade Pública

**Período:**

01/01/2021 a 31/12/2021

**Objetivo:**

Alertar sobre a importância do uso do preservativo para se proteger das Infecções sexualmente transmissíveis: HIV, sífilis, gonorreia, HPV, hepatites A, B e C, herpes, clamídia, além de proteger contra uma gravidez indesejada. É preciso informar sobre a prevenção, diagnóstico, suas consequências e todos os tratamentos disponíveis no SUS.

**Justificativa:**

Desde 2013, o Departamento de Vigilância, Prevenção e Controle das DST, Aids e Hepatites Virais vem investindo fortemente em ações de incentivo ao teste em todo o país, com excelentes resultados. Hoje estão disponíveis diferentes formas de prevenção contra as ISTs, todavia, ainda é extremamente importante que toda a população, em especial os jovens tenham a consciência de que o uso da camisinha em todas as relações sexuais previne o HIV, assim como outras infecções sexuais.

Com este norte, o Departamento de DST, Aids e Hepatites Virais definiu pela ênfase a importância do uso da camisinha em todas as relações sexuais, com destaque para o uso da camisinha masculina ou feminina como a forma mais simples e fácil de se prevenir tanto do HIV quanto de outras IST e que podem ser adequadas à rotina de vida das pessoas.

Mais do que isso, deve-se priorizar a informação de que o tratamento para HIV e as ISTs estão disponíveis para todos, após o diagnóstico positivo, como ferramenta de cuidado e qualidade de vida, garantindo a longevidade das pessoas que vivem com HIV ou uma IST.

A comunicação deve ser perene. O discurso de prevenção, diagnóstico e tratamento deve se manter durante todo e não apenas em datas festivas. Afirmar a importância e valorizar uso do preservativo como um gesto que precisa ser levado à sério por homens e mulheres.

**Público Alvo:**

-Primário:

População sexualmente ativa, de 15 a 24 anos, Em especial das classes C, D, E.

- Secundários:

Homens que fazem sexo com outros homens (HSH);

Travestis ;

Profissionais do Sexo;

Usuário de Drogas;

Gestores;

Profissionais de saúde.

**Pendências:**

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:

7 - tuberculose

Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

Período:

01/01/2021 a 31/12/2021

Objetivo:

Alertar a população para os sintomas da Tuberculose para a importância do diagnóstico precoce e para o teste rápido, disponível nas Unidades de Saúde público do país.

Justificativa:

No ano de 2020, a Secretaria de Vigilância em Saúde, registrou mais de 75 mil novos casos de tuberculose. No mesmo ano foram registrados 4.577 óbitos em decorrência da doença. Uma taxa de 2,3 óbitos/100 mil habitantes. Controlar a tuberculose é uma prioridade dos programas de saúde pública no Brasil.

Público Alvo:

Primário:

Populações Vulneráveis (Classes D e E):

1. População em geral
2. Homens das classes CDE entre 30 e 40 anos
3. População em situação de pobreza
4. População carcerária
5. População de rua

Secundário:

1. Profissionais de Saúde e Secretários, ACS, ESF, Gestor, Médicos, Enfermeiras, entre outros
2. Formadores de Opinião: Grande Mídia
3. Formadores de Opinião: Mídia Alternativa
4. Parlamentares: Frente Parlamentar de Luta contra a TB

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:

8 - câncer

Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

Período:

01/01/2021 a 31/12/2021

Objetivo:

Oferecer informações de utilidade pública para facilitar o acesso à prevenção, às ações de detecção precoce e ao tratamento do câncer.

Estimular o debate sobre as estratégias de saúde pública para o controle da doença.

Divulgar a prevenção e a detecção precoce como formas de reduzir a mortalidade por câncer e outras doenças não transmissíveis.

Informar a população sobre ações de controle, pesquisa, ensino, prevenção e acesso ao tratamento previstas na Política Nacional para a Prevenção e Controle do Câncer na Rede de Atenção à Saúde das Pessoas com Doenças Crônicas no Sistema Único de Saúde (SUS).

Informar à população que qualquer pessoa pode buscar tratamento gratuito e integral do câncer no SUS.

Justificativa:

As datas relacionadas ao tabagismo são oportunidades de dizer que muito pode ser feito quando pessoas, comunidades e governos se mobilizam em torno de soluções para o problema. A data cria oportunidade para disseminar informação e estimular o debate através dos meios de comunicação de todo o mundo.

Público Alvo:

População em geral.

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:

9 - malária

Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

Período:

01/01/2021 a 31/12/2021

Objetivo:

Informar a população que o diagnóstico e tratamento para malária estão disponíveis de forma gratuita no SUS.

Incentivar a população a procurar o serviço de saúde para realizar diagnóstico e tratamento.

Justificativa:

Apesar dos avanços significativos, a malária ainda representa um desafio, uma vez que a interrupção nas ações, a falta de investimento e de comprometimento político levam rapidamente ao aumento no número de casos.

Para manter a redução e alcançar a eliminação de malária é necessária a mobilização e o envolvimento contínuo dos gestores e profissionais de saúde do país, de outros setores externos, empresas privadas, ONGs e da comunidade em geral na luta contra a doença.

Público Alvo:

-Prioritário:

População geral

-Secundários:

Gestores estaduais e municipais  
Profissionais e Agentes de Saúde

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:

10 - doação de leite

Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

Período:

01/01/2021 a 31/12/2021

Objetivo:

Sensibilizar e mobilizar as mães sobre a importância do ato de doar seu leite materno. Reforçar o Banco de Leite Humano como espaço para auxílio e orientações nas questões referentes à amamentação e também à doação de leite materno.

Mobilizar a população sobre a importância de aumentar as taxas de doação de leite humano no Brasil. Esclarecer de forma direta a importância do leite humano para os recém nascidos.

Justificativa:

A mortalidade infantil é uma grande preocupação da Saúde Pública, e combatê-la parte de uma série de compromissos assumidos pelo Brasil, como os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), Pacto de Redução da Mortalidade Materna e Neonatal, e Pacto pela Redução da Mortalidade Infantil no Nordeste e Amazônia Legal.

De 1990 a 2007, a taxa de mortalidade infantil no Brasil apresentou tendência de queda, passando de 47,1/1000 nascidos vivos, em 1990, para 18,97/1000 em 2008 (valor estimado). Apesar do declínio, os níveis atuais são considerados elevados e incompatíveis com o desenvolvimento do País, pois a taxa atual é semelhante a dos países desenvolvidos no final da década de 60, e cerca de três a seis vezes maior do que a de países como o Japão, Canadá, Cuba, Chile e Costa Rica, que apresentam taxas entre 3 e 10/1.000 nascidos vivos, segundo dados do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF).

Público Alvo:

- Prioritário: Mulheres que amamentam e gestantes.

- Secundário:

Famílias de mulheres lactantes, gestantes e seus companheiros (as)

Profissionais de saúde (enfermeiros, médicos, fisioterapeutas, doulas, parteiras, nutricionistas, etc.)

Formadores de opinião, jornalistas e mídia

Empresas públicas e privadas que possuem sala de apoio à amamentação e que empregam acima de 30 mulheres em idade fértil.

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:

11 - vacinação

Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

Período:

01/01/2021 a 31/12/2021

Objetivo:

Mobilizar a população para atualizar a caderneta de acordo com o calendário básico de vacinação e nova vacina da COVID.

Objetivos Específicos

Oportunizar o acesso às vacinas oferecidas pelo PNI;

Melhorar as coberturas vacinais e homogeneidade, para alcançar as metas;

Produzir campanhas de comunicação e mobilização social;

Contribuir na redução da incidência das doenças imunopreveníveis.

Justificativa:

O Programa Nacional de Imunizações (PNI) ao longo de sua história vem adotando estratégias diferenciadas para alcançar adequadas coberturas vacinais com homogeneidade, visando contribuir para erradicação, eliminação e controle das doenças imunopreveníveis.

Com o intuito de manter a pauta de vacinação em discussão durante todo o ano, deverá ser elaborado uma estratégia de comunicação com uma campanha de vacinação geral pontuando a importância de manter a caderneta de vacinação atualizada. Além disso, teremos as demais campanhas do Calendário Nacional de Imunização: poliomielite, sarampo, influenza, febre amarela, multivacinação, hepatite, HPV, rubéola, caxumba, coqueluche.

Além disso, as fake News e a resistência de pessoas em acreditar na eficácia das vacinas, são uma das principais causas para a queda das coberturas vacinais. O discurso anti-vacina ainda se mante em alta, com textos sensacionalistas, baseados em artigos científicos e com apelo para emoção. As baixas coberturas vacinais no Brasil, tem sido motivo de comemoração para os grupos antivacinas. Por isso é preciso alertar e combater sobre as fakes News na área da vacinação, sob pena de milhares de brasileiros sofrerem graves riscos à saúde e até mesmo a morte.

Público Alvo:

População em Geral

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

Nº – Título:

12 - doação de sangue

Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

Período:

01/01/2021 a 31/12/2021

Objetivo:

Captar novos doadores;

Agradecer e valorizar o doador fidelizado;

Justificativa:

Nos últimos anos, observou-se a manutenção das taxas de doação de sangue: 1,9% em 2011, 1,8% em 2012; 1,9% em 2013 de acordo com os dados consolidados por esta coordenação. Paralelamente, as informações que vêm dos estados apontam para a necessidade de fortalecer os estoques locais de sangue, o que significa que a demanda pelo sangue não vem diminuindo. A baixa dos estoques locais pode ser regular ou mais intensa nos meses de julho, dezembro, janeiro e fevereiro.

O sangue doado é processado e utilizado em situações de anemia, doenças hematológicas, para pacientes que realizam tratamento de câncer, procedimentos cirúrgicos de médio e grande porte (incluindo cirurgias cardíacas, neurológicas, transplantes). Nesse sentido, a sensibilização para a doação é premente considerando que a diminuição da oferta de sangue pode impactar fortemente em diversos tratamentos que visam à recuperação da saúde da população. Identifica-se, portanto, que a educação permanente da população para a doação de sangue é imprescindível para que as doações se tornem espontâneas, e para que os serviços de hemoterapia trabalhem com estoques regulares ao longo de todo o ano para suprir às demandas transfusionais locais.

Diante desse contexto, a manutenção do lançamento de uma campanha de promoção da doação de sangue de abrangência nacional tem grande importância para a sensibilização e educação da população. A utilização dos meios de comunicação variados promove divulgação ampla por meio de vídeos para a televisão e mensagens para rádios. A elaboração de cartazes e folhetos é essencial para que os serviços de hemoterapia realizem suas campanhas locais de captação e fidelização de doadores.

Público Alvo:

Prioritário:

Homens e Mulheres;

Faixa etária de 16 à 69 anos;

Secundário

Público influenciador: Profissionais de saúde, profissionais de comunicação, profissionais de educação, blogueiros, gestores.

## Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

## Nº – Título:

13 - hepatites virais

## Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

## Período:

01/01/2021 a 31/12/2021

## Objetivo:

## Hepatites C

Na comunicação em geral, apresentar a hepatite C como um agravo que tem alta taxa de cura, cujo tratamento está disponível gratuitamente no SUS, independentemente do tipo de lesão hepática. A ideia é promover o diagnóstico precoce e o tratamento, com informações sobre as consequências da hepatite C (cirrose, câncer e morte).

## Hepatites B

A mensagem da campanha sobre a hepatite B é chamar a atenção para a promoção da vacinação (imunização) como a melhor forma de prevenção, assim como disseminar informações sobre as consequências da hepatite B (cirrose, câncer e morte). Informar também que a vacina está disponível para todos os que a procurarem. Fundamental valorizar a importância das três doses da vacina.

## Justificativa:

A Assembleia Mundial de Saúde aprovou, em 2010, resolução proposta pelo Ministério da Saúde do Brasil que reconhece o impacto das hepatites virais como um problema de saúde global. Em 2016, O Brasil propôs à Assembleia uma nova resolução para os Estados-membros: a promoção do acesso universal ao tratamento de hepatite C, a partir da consideração de que, 1 milhão de pessoas morrem anualmente em todo globo em decorrência das hepatites virais.

As hepatites virais (B e C) são doenças silenciosas que podem causar danos graves à saúde. Milhões de pessoas no Brasil são portadoras dos vírus B ou C e não o sabem. Elas correm o risco de as doenças evoluírem (tornarem-se crônicas) e causarem danos mais graves ao fígado, como cirrose e câncer. As hepatites B e C podem ser transmitidas pelo contato com sangue contaminado.

## Público Alvo:

## - Hepatite C

Pessoas a partir de 40 anos (o uso de drogas injetáveis caiu no país, mas era mais comum nos anos 90 e 80 e a chance de uma transfusão de risco, sem os controles de qualidade existentes desde os anos 90 é quase nula.

## - Hepatite B

Pessoas a partir de 15 anos

## Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

## Nº – Título:

14 - aleitamento materno

## Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

## Período:

01/01/2021 a 31/12/2021

## Objetivo:

Incentivar a amamentação até os dois anos ou mais e de forma exclusiva nos primeiros seis meses.

- Informar sobre a importância do aleitamento materno e incentivar mais mulheres a adotar este hábito e ter conhecimento que é o melhor para o bebê e para ela também.

Mobilizar familiares, gestores e empregadores a apoiarem as mães em fase de amamentação.

- Informar as pessoas sobre os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) e como elas se relacionam com Aleitamento Materno e Alimentação de Lactentes e Crianças Pequenas;

- Mostrar o progresso feito até o momento e as lacunas importantes em Aleitamento Materno e Alimentação de Lactentes e Crianças Pequenas;

- Chamar a atenção para a importância de intensificar as ações para proteger, promover e apoiar o aleitamento materno como uma intervenção fundamental na contagem regressiva dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), e após 2015;

- Estimular o interesse entre os jovens de ambos os sexos para ver a relevância do aleitamento materno no mundo de hoje.

- Redução da mortalidade infantil pelo aleitamento materno.

## Justificativa:

Aproximadamente 10,5 milhões de crianças menores de 5 anos morrem a cada ano em todo o mundo. A maioria absoluta dessas mortes é evitável e ocorre em países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. Mas como resultado de uma série de medidas tomadas pelo governo federal nos últimos anos, e mais fortemente a partir de 2011, com a criação da Rede Cegonha, o Brasil foi um dos primeiros países a atingir a meta 4 dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). De 1990 até 2012, a mortalidade de crianças menores de 5 anos foi reduzida em 77%. Apesar do avanço, a mortalidade infantil no Brasil está ainda muito aquém do desejado, pois o país tem o desafio de superar a morte de crianças no período neonatal (de 0 a 2 meses), responsável por 70% das mortes até 5 anos.

## Público Alvo:

## Prioritário:

- Gestantes e mulheres com bebês até 2,5 anos de idade

- Mulheres de 12 a 49 anos

- População em geral.

## Secundário:

- Profissionais de saúde (enfermeiros, médicos, fisioterapeutas, parteiras, nutricionistas etc)

- Famílias de mulheres grávidas e seus companheiros (as)

- Formadores de opinião, jornalistas e mídia

- Pessoas que vivem próximas às gestantes e às lactantes no trabalho e na vida social.

- Empresas públicas e privadas que possuem sala de apoio à amamentação e que empregam acima de 30 mulheres em idade fértil.

## Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

## Nº – Título:

15 - doação de órgãos

## Tipo de Publicidade:

Utilidade Pública

## Período:

01/01/2021 a 31/12/2021

## Objetivo:

- Sensibilizar o público alvo sobre a importância da doação de órgãos e tecidos, buscando torná-lo um possível doador.
- Sensibilizar a família do doador esclarecendo que é ela quem autoriza a doação, cabendo a cada possível doador conversar sobre o assunto e esclarecer à sua família sobre seu desejo de doar. (Hoje, no Brasil, não é necessário deixar nenhum documento por escrito, nem ter o desejo de doar expresso em documentos de identificação).
- Sensibilizar os profissionais de saúde da importância do papel deles na hora de abordar e convencer a família do doador.

Justificativa:

O Brasil permanece como o maior programa público de transplantes de órgãos tecidos e células do mundo, que é garantido a todos os brasileiros por meio do Sistema Único de Saúde - SUS.

Desde a criação do Sistema Nacional de Transplante, até os dias de hoje, o crescimento do número de transplantes realizados reflete o amadurecimento do Sistema como resultado do investimento constante de recursos por parte do Ministério da Saúde e a ação direta de estados e municípios nas ações e campanhas de conscientização.

Público Alvo:

- Doadores
- Famílias dos doadores
- Profissionais de Saúde

Pendências:

Não há pendências ativas para esse item de planejamento.

<b>Histórico</b>			
<b>Data</b>	<b>Situação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Responsável</b>
08/12/2020	Submetido	O PAC foi submetido.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 15 - doação de órgãos.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 14 - aleitamento materno.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 13 - hepatites virais.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 12 - doação de sangue.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 11 - vacinação.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 10 - doação de leite.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 9 - malária.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 8 - câncer.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 7 - tuberculose.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	O item de planejamento 6 - ist permanente foi alterado.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 6 - ist permanente.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 5 - combate ao mosquito.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 4 - política de equidade.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 3 - hanseníase.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 2 - programas/serviços saúde.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Inclusão do item de planejamento 1 - promoção da saúde.	Juliana Costa Vieira
08/12/2020	Em construção	Plano Anual de Comunicação incluído.	Juliana Costa Vieira