

## **INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 124, DE 5 DE JULHO DE 2018.**

Institui a Política de Comunicação Institucional da ANAC.

**A DIRETORIA DA AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL - ANAC**, no exercício das competências que lhe foram outorgadas pelos arts. 11, inciso IX, da Lei nº 11.182, de 27 de setembro de 2005, e 24, inciso XII, do Decreto nº 5.731, de 20 de março de 2006,

*Considerando* as competências da Assessoria de Comunicação Social - ASCOM, dispostas no art. 16 do Regimento Interno, aprovado pela Resolução nº 381, de 14 de junho de 2016, relativas ao fortalecimento do conhecimento relacionado às áreas de atuação da ANAC, à divulgação interna e externa das atividades e resultados da Agência e à coordenação das atividades e projetos com suas ações de comunicação, e que o Aperfeiçoamento da Comunicação Institucional é um objetivo estratégico de gestão que permeia todas as ações da ANAC;

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

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

*Considerando* o que consta do processo nº 00058.004821/2018-97, deliberado e aprovado na 1ª Reunião Administrativa Extraordinária da Diretoria, realizada em 3 de julho de 2018,

### **RESOLVE:**

Art. 1º Instituir a Política de Comunicação Institucional da ANAC, com o objetivo de definir princípios e diretrizes que reforcem a comunicação institucional nos âmbitos interno e externo à Agência.

Parágrafo único. Compete à Assessoria de Comunicação Social - ASCOM zelar pelo cumprimento das regras e diretrizes estabelecidas na Política de Comunicação Institucional da ANAC.

### **CAPÍTULO I DAS DEFINIÇÕES**

Art. 2º Para os fins desta Instrução Normativa, considera-se:

I - ação de comunicação: ação realizada por intermédio ou sob supervisão da ASCOM que visa a comunicar assuntos de interesse institucional da ANAC por meio de ferramentas de comunicação como publicidade, promoção, relações com veículos de comunicação, eventos e comunicação digital;

II - campanha de comunicação de massa: conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação planejados e executados com o objetivo de consolidar a imagem institucional, incentivar o desenvolvimento institucional ou prestar informações de utilidade pública a uma audiência ampla, dispersa e heterogênea;

III - campanha de comunicação dirigida: conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos com o objetivo de consolidar a imagem institucional, incentivar o desenvolvimento motivacional ou prestar informações de interesse de públicos específicos;

IV - comunicação institucional: comunicação interna e externa voltada a questões relacionadas à gestão estratégica das relações públicas, à construção de imagem e à identidade da Agência, tendo como objetivo consolidar e manter a imagem da instituição perante a sociedade, os regulados e demais órgãos de governo;

V - evento institucional: ação de comunicação que envolva, por exemplo, a viabilização de espaços físicos, de mobiliário, de equipamentos ou a remessa de convites, com a finalidade de formar, informar ou mobilizar públicos específicos, contribuindo para promoção da transparência e para a consolidação de uma imagem positiva das ações e das políticas institucionais da ANAC;

VI - apoio institucional: apoio dado pela Agência a ações de comunicação ou a eventos de outras organizações públicas ou privadas visando ao fortalecimento da imagem da ANAC;

VII - representação institucional: participação de servidor em ação de interesse institucional, na qualidade de representante da ANAC, por razões de conveniência e oportunidade, expressando posicionamento oficial da Agência;

VIII - marca da ANAC: representação gráfica que identifica a Agência, conforme estabelecido no Manual de Identidade Visual;

IX - porta-voz: servidor indicado pela ASCOM, após ouvida a respectiva área técnica, para emitir posicionamento institucional sobre assunto específico e representar a Agência frente a veículos de comunicação, sendo seu dever portar-se com correção, clareza e em conformidade com a regulamentação vigente;

X - públicos de interesse: público interno ou externo com os quais a Agência se relaciona e que ofereçam potencial impacto à atuação da instituição; e

XI - identidade estratégica: corresponde à Missão, à Visão e aos Valores da instituição.

## CAPÍTULO II DOS PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

Art. 3º As ações de comunicação institucionais obedecerão aos seguintes princípios:

I - suporte à transparência das ações da ANAC;

II - zelo à imagem institucional;

III - promoção das ações da Agência voltadas ao cumprimento da sua Missão institucional;

IV - apoio à valorização da cultura organizacional;

V - alinhamento da comunicação institucional aos objetivos estratégicos da Agência;

VI - disseminação de informações fidedignas, tempestivas e pertinentes;

VII - utilização dos canais de comunicação adequados em consonância com os procedimentos e normas vigentes; e

VIII - adoção de uma comunicação institucional integrada e alinhada às inovações tecnológicas das ferramentas e canais de comunicação.

Art. 4º São diretrizes para a comunicação institucional:

I - promoção e execução de ações de comunicação institucional em alinhamento aos processos organizacionais e aos objetivos estratégicos da Agência;

II - divulgação das ações da ANAC, respeitando os princípios da transparência, da legalidade, da impessoalidade, da publicidade e da moralidade;

III - constante aprimoramento e atualização dos canais de comunicação digital da Agência;

IV - fortalecimento da imagem institucional da Agência, interna e externamente;

V - promoção e consolidação de uma cultura organizacional em sintonia com a identidade estratégica da Agência;

VI - unidade de discurso no âmbito da comunicação institucional;

VII - reforço e valorização da gestão da comunicação institucional na Agência;

VIII - acesso tempestivo, periódico e transparente às informações oriundas da Agência, preservando sua veracidade e sua pertinência;

IX - estímulo à participação de todos os servidores e colaboradores nas ações de comunicação institucional em âmbito interno e externo; e

X - difusão de conteúdos claros e acessíveis para todos públicos de interesse da Agência e para a sociedade em geral.

### CAPÍTULO III DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

Art. 5º O Plano de Comunicação Institucional estabelece e consolida ações de comunicação da Agência nos âmbitos interno e externo, considerando o planejamento estratégico da ANAC e, ainda, análise de contextos, objetivos, produtos, públicos de interesse, canais, recursos e cronograma.

§ 1º O Plano de Comunicação Institucional deverá ser aprovado pela Diretoria e terá vigência mínima de 1 (um) ano.

§ 2º É responsabilidade da ASCOM zelar pelo cumprimento e alinhamento das ações de comunicação com o estabelecido no Plano de Comunicação Institucional vigente.

### CAPÍTULO IV DAS COMPETÊNCIAS

Art. 6º No âmbito da comunicação institucional da ANAC, cabe à Diretoria:

I - aprovar o Plano de Comunicação Institucional da ANAC;

II - aprovar o posicionamento institucional da ANAC em situações apresentadas pela ASCOM, considerando a repercussão, complexidade e relevância do conteúdo a ser comunicado; e

III - apreciar o planejamento de campanhas de comunicação de massa elaborado pela ASCOM.

Parágrafo único. Compete ao Diretor-Presidente aprovar os porta-vozes indicados pela ASCOM e também as ações de representação e apoio institucional não previstas no Plano de Comunicação Institucional.

Art. 7º Cabe ao Gabinete a avaliação da pertinência das ações de apoio e representação institucional solicitadas pelo público externo e não previstas no Plano de Comunicação Institucional da ANAC, bem como seu encaminhamento para aprovação pelo Diretor-Presidente, após análise, se necessário, de outras Unidades Organizacionais relacionadas ao pedido de apoio ou representação.

§ 1º O Gabinete comunicará ao demandante de representação institucional não constante do Plano de Comunicação Institucional a decisão do Diretor-Presidente quanto ao atendimento do pleito.

§ 2º Nas hipóteses de solicitação de apoio institucional, a ASCOM deverá emitir parecer técnico em que avalie o formato do evento e a viabilidade de sua concretização e responderá ao demandante sobre o pleito.

§ 3º Nas hipóteses de solicitação de representação institucional, a ASCOM poderá subsidiar a decisão do Gabinete sobre a participação da ANAC com informações sobre o evento.

Art. 8º Cabe à Assessoria Internacional - ASINT coordenar os casos de apoio e representação institucionais em âmbito internacional.

Art. 9º Cabe à ASCOM:

I - assessorar a execução de ações de comunicação desenvolvidas pelas Unidades Organizacionais no intuito de evitar ou reparar o uso da marca da ANAC quando em desconformidade com o estabelecido no Manual de Identidade Visual, em casos em que ocorra a ciência da ASCOM;

II - submeter à apreciação da Diretoria o planejamento de todas as campanhas de comunicação de massa realizadas pela ANAC;

III - orientar, apoiar e interagir com as Unidades Organizacionais em suas demandas de comunicação e em assuntos que impactem a imagem da Agência;

IV - coordenar a divulgação de informações direcionadas ao público interno e externo;

V - coordenar as ações de comunicação para o enfrentamento de crises, considerando o disposto na Instrução Normativa nº 78, de 24 de março de 2014, e o disposto no Plano de Comunicação de Crise;

VI - analisar a pertinência da divulgação de materiais de comunicação de terceiros nas dependências da Agência;

VII - interagir com o Gabinete, fornecendo as informações necessárias à análise das solicitações de apoio ou representação institucional recebidas de público externo e não previstas no Plano de Comunicação Institucional da ANAC;

VIII - executar as ações de comunicação solicitadas pelo Gabinete para o apoio ou representação institucional aprovados;

IX - organizar entrevistas, individuais ou coletivas, e promover outras ações com os profissionais e veículos de imprensa;

X - submeter à aprovação do Diretor-Presidente a indicação de porta-vozes de acordo com a estratégia de comunicação; e

XI - realizar periodicamente pesquisas de opinião junto aos públicos de interesse da ANAC, considerando os recursos e meios disponíveis, com vistas a mensurar os resultados obtidos pelas ações de comunicação da Agência.

Art. 10. Cabe à Assessoria Técnica - ASTEC:

I - coordenar a divulgação de atos resultantes das Reuniões de Diretoria da ANAC; e

II - realizar publicidade legal por meio de Boletim de Pessoal e Serviço ou do Diário Oficial da União.

Art. 11. Cabe às Unidades Organizacionais - UORGs:

I - realizar publicidade legal de atos no âmbito de sua competência, salvo os casos dispostos no artigo 10 desta Instrução Normativa;

II - interagir com os seus públicos de interesse, observando os princípios e as diretrizes desta Política de Comunicação e em consonância com as normas e procedimentos vigentes, sendo vedadas ações de comunicação dirigida sem conhecimento prévio da ASCOM;

III - coordenar, antecipadamente com a ASCOM, o tratamento adequado de comunicação acerca de processos que possam impactar a imagem da ANAC, interna ou externamente, inclusive sobre assuntos considerados sigilosos;

IV - sugerir e apresentar à ASCOM informações a serem divulgadas ao público interno ou externo, incluindo suas motivações, fundamentações e a respectiva fonte;

V - informar à ASCOM quaisquer alterações promovidas nas ações constantes do Plano de Comunicação Institucional sob sua responsabilidade;

VI - colaborar para a divulgação descentralizada, no portal da ANAC e em outras plataformas digitais indicadas pela ASCOM, de conteúdos exclusivamente técnicos e intrínsecos às suas atividades;  
e

VII - colaborar com o Gabinete na análise e execução de ações de apoio e representação institucional, informando sobre sua intenção em participar de ação de interesse institucional na qualidade de representante da ANAC.

Parágrafo único. Para fins do disposto no inciso VII deste artigo, não são consideradas como ações de representação institucional a participação de servidor em reuniões técnicas, grupos e fóruns de trabalho, em compromissos reservados a público restrito ou inerentes à rotina administrativa específica da UORG a que esteja vinculado, nem a presença em eventos na qualidade de ouvinte.

Art. 12. Cabe aos servidores e colaboradores em exercício na ANAC:

I - zelar para que manifestações de caráter pessoal não sejam tomadas indevidamente como institucionais, seja no exercício de suas funções ou fora dele;

II - observar a legislação vigente relativa ao sigilo das informações, em especial o disposto no art. 116, inciso VIII, da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990, e o completo teor da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, e do Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal;

III - reportar à ASCOM, nos termos das normas e procedimentos vigentes, sempre que contatado por algum veículo de comunicação, jornalista ou qualquer pessoa que se identifique como profissional de comunicação e que busque informações relativas à ANAC, orientando-o a procurar a ASCOM para atendimento da solicitação;

IV - manifestar-se na qualidade de porta-voz da ANAC somente quando previamente indicado e capacitado pela ASCOM; e

V - informar à respectiva Unidade Organizacional sobre sua intenção de participar, na qualidade de representante da ANAC, de ação de interesse institucional.

Parágrafo único. Na hipótese do inciso V deste artigo, em se tratando de representação ou apoio institucional não previstos no Plano de Comunicação Institucional, a UORG deverá comunicar ao Gabinete, nos termos do inciso VIII do artigo 11, para que este tome as providências cabíveis, conforme o caso.

## CAPÍTULO V DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 13. Os casos omissos serão resolvidos pela ASCOM com a ciência da Diretoria da Agência.

Art. 14. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

**JOSÉ RICARDO PATARO BOTELHO DE QUEIROZ**  
Diretor-Presidente