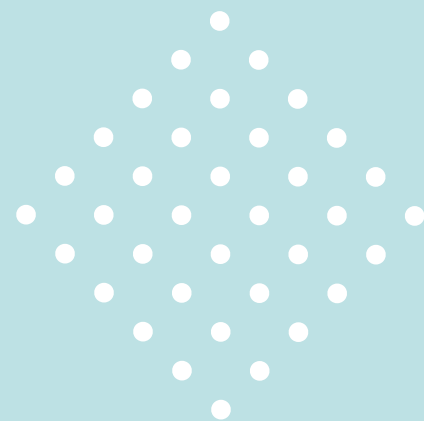


Plano de
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL
2020**







Plano de
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL**
2020

SUMÁRIO

1 - Apresentação	6
2 - Diagnóstico	7
2.1 - Atribuições da Assessoria de Comunicação Social (ASCOM)	7
2.2 - Imagem	7
2.3 - Partes interessadas	8
2.3.1 - Público interno	8
2.3.2 - Público externo	8
2.4 - Produtos e serviços de Comunicação	10
2.4.1 - Campanhas de comunicação	10
2.4.2 - Serviços de Clipping	11
2.4.3 - Eventos	11
2.4.4 - Relacionamento com veículos de comunicação	13
2.4.5 - Peças de comunicação e programação visual	13
2.4.6 - Produção de conteúdo e páginas eletrônicas	14
2.4.7 - Redes sociais	16
2.5 - Canais corporativos	16
2.5.1 - Canais digitais	16
2.5.2 - Correio eletrônico	18
2.5.3 - Publicações	18
2.5.4 - Redes sociais	19
2.5.5 - Contatos telefônicos	19
2.6 - Análise de Contexto	20
2.6.1 - Índices do setor aéreo	20
2.6.2 - Saída da Avianca Brasil	20
2.6.3 - Capital estrangeiro, franquia de bagagem e novas empresas	21
2.6.4 - Acordos de serviços aéreos e atuação internacional	22
2.6.5 - Concessão de aeroportos e Viracopos	22
2.6.6 - CHT Digital	22
2.6.7 - Operações do Boeing 737 MAX	23
2.7 - Aproveitamento de estudos de comunicação para definição da estratégia para 2020	23
2.8 - Matriz FOFA da Comunicação Institucional da ANAC	24

3 - Planejamento Estratégico em Comunicação	25
3.1 - Identidade estratégica da Assessoria de Comunicação Social	25
3.2 - Objetivos, Estratégias e Ações	25
3.2.1 - Objetivo Estratégico para o ciclo 2020-2026	26
3.2.2 - Objetivos específicos de Comunicação	26
3.3 - Planejamento para a comunicação institucional em 2020	32
3.3.1 - Levantamento de necessidades de comunicação	32
3.3.2 - Priorização	33
3.4 - Projetos	34
3.5 - Iniciativas para fortalecimento da comunicação institucional	34
3.6 - Ações e estratégias para a comunicação do PSOE-ANAC	35
4 - Recursos	35
4.1 - Recursos Humanos	36
4.2 - Recursos tecnológicos	36
5 - Mensuração de resultados	37



1 - Apresentação

A atuação da Assessoria de Comunicação Social (ASCOM) da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) tem papel estratégico fundamental para a consolidação de uma imagem positiva da Agência e para disseminação de informações que ressaltem a importância da efetividade da ANAC no cumprimento do seu papel perante a sociedade. As ações de comunicação desenvolvidas pela ASCOM serão essenciais também para o alcance de diversos dos objetivos estabelecidos no Plano Estratégico 2020-2026, em especial do objetivo estratégico “OE6: Fortalecer o papel e a comunicação da Agência”, além de participar como suporte para todos os demais objetivos. Após o primeiro Plano de Comunicação Institucional (PCI), elaborado em 2019, e levando-se em consideração as ações realizadas e lições aprendidas, este segundo PCI apresenta as ações previstas para a comunicação interna e externa da ANAC e que serão desenvolvidas ao longo de 2020.

Importante destacar que o Plano de Comunicação Institucional 2020 foi elaborado em conformidade com os princípios e diretrizes estabelecidos na [Instrução Normativa nº 124, de 5 de julho e 2018](#), que instituiu a Política de Comunicação Institucional da ANAC. Além de normativos internos, a elaboração do Plano de Comunicação está prevista na [Lei nº 13.848, de 25 de junho de 2019](#) (Lei Geral das Agências Reguladoras) que, em seu art. 16, determina que “a agência reguladora deverá implementar, em cada exercício, plano de comunicação voltado à divulgação, com caráter informativo e educativo, de suas atividades e dos direitos dos usuários perante a agência reguladora e as empresas que compõem o setor regulado”.

Para a definição das ações previstas neste documento, a ASCOM realizou consulta direta a todas as unidades organizacionais e considerou o que consta do Plano de Gestão Anual da Agência, também previsto na Lei Geral das Agências Reguladoras. As ações apontadas por cada unidade foram analisadas por esta Assessoria e classificadas conforme sua relevância para a ANAC, observando-se os objetivos estratégicos da Agência, os objetivos específicos da comunicação institucional e a capacidade operacional da ASCOM. Também foram previstas ações de comunicação (internas ou externas) para temas regulatórios com grande impacto para entes regulados e, ainda, para assuntos cuja divulgação possa contribuir para o esclarecimento dos direitos e deveres dos usuários de serviços aéreos, contribuindo de forma decisiva para disseminar o papel da Agência e reforçar uma imagem positiva de sua atuação. Ademais, destaca-se o grande esforço de comunicação que permeia toda a ação de desburocratização, simplificação e digitalização dos serviços prestados pela Agência – outro tema que foi priorizado entre as ações de comunicação previstas para este ciclo.

Por fim, cabe ressaltar que este Plano de Comunicação Institucional foi dividido em quatro partes: Diagnóstico, Planejamento estratégico em Comunicação, Recursos e Mensuração de resultados.

2 - Diagnóstico

2.1 - Atribuições da Assessoria de Comunicação Social (ASCOM)

Criada pela [Lei nº 11.182, de 27 de setembro de 2005](#), a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) atua na promoção da segurança da aviação civil e no estímulo à concorrência e à melhoria da prestação dos serviços no setor aéreo. Regimentalmente (nos termos da [Resolução nº 381, de 14 de junho de 2016](#), com as alterações posteriores), compete à ASCOM planejar, coordenar e supervisionar o desenvolvimento das atividades de comunicação social e de imprensa da Agência, bem como exercer outras atividades que lhe forem atribuídas pela Diretoria. Para tanto, a ASCOM possui três gerências técnicas: a Gerência Técnica de Relações com a Imprensa, a Gerência Técnica de Comunicação Integrada e a Gerência Técnica de Relações Públicas.

A Gerência Técnica de Relações com a Imprensa (GTRI) responde pelo acompanhamento qualitativo das notícias, mídias sociais e dos assuntos de interesse da ANAC e do setor de aviação civil, mantendo informados a Diretoria Colegiada, os titulares de unidades organizacionais e todos os servidores. Sua atuação envolve também a realização de atendimento às demandas por informação provenientes de veículos de imprensa e pela sociedade nas mídias sociais, o treinamento e o acompanhamento de porta-vozes para contatos com a imprensa e a elaboração e execução de estratégias de divulgação de assuntos relevantes à Agência, ao setor e à sociedade, de forma geral.

A Gerência Técnica de Comunicação Integrada (GTCI) responde pelas ações de comunicação destinadas ao público interno e externo, incluindo a realização de campanhas, a divulgação e cobertura de eventos e a produção de conteúdo para páginas eletrônicas. A GTCI é responsável também pela proposição e editoração de conteúdo gráfico para publicações (impressas, eletrônicas e audiovisuais), pela criação de identidade visual para produtos e campanhas e pela a gestão do Portal e da intranet da Agência (incluindo recursos gráficos, criação e atualização de conteúdos).

Por fim, cabe à Gerência Técnica de Relações Públicas (GTRP) o planejamento, a gestão, a organização, a promoção e o acompanhamento de eventos da Agência (internos e externos), bem como a realização de ações previstas em Cerimonial para eventos da ANAC e a intermediação das ações de apoio e representação institucional no escopo da Política de Comunicação Institucional da ANAC.

2.2 - Imagem

A imagem e a reputação de uma instituição são dois de seus principais ativos. Ambas são construídas a partir da percepção de todos os públicos de interesse a partir do relacionamento direto e indireto com a instituição e disseminada de várias formas e cada vez por mais canais. Relatos pessoais, e-mails, manifestações em canais de atendimento, participação em eventos públicos e privados, comunicações oficiais, mensagens em mídias sociais e, sobretudo, notícias divulgadas pela imprensa que, dentre todos, ainda é o canal de maior abrangência e de grande credibilidade perante o público em geral. Ou seja, são diversos os meios e seus potenciais de impacto à imagem de uma organização.

Faz-se importante salientar que o próprio modelo de Agência Reguladora ainda enfrenta relativa dificuldade de aceitação pela sociedade brasileira, muitas vezes em decorrência da falta de clareza sobre sua atuação. As Agências foram criadas no intuito de regular mercados que antes eram explorados pelo Estado (em regime de monopólio ou não) e sua atuação deve observar o equilíbrio entre Governo, Mercado e Consumidor.

Nesse contexto, dentre as onze Agências Reguladoras Federais, a ANAC é uma das mais sujeitas à exposição perante a sociedade tendo em vista seu papel de regular o transporte aéreo, com todos os seus riscos. Acidentes aéreos tendem a causar extrema comoção da sociedade, já que, normalmente, envolvem a perda de vidas humanas, e se tornam especialmente impactantes quando ocorrem em larga escala ou envolvem pessoas públicas. O desconhecimento técnico sobre aviação, a dificuldade e demora na localização de vítimas, o processo de levantamento das causas do acidente, a esperança pela localização de sobreviventes e as histórias pessoais e familiares são aspectos que despertam o imaginário coletivo. Por esse motivo, a ASCOM elaborou e atualiza periodicamente o Plano de Comunicação de Crise da ANAC, de modo a maximizar os resultados da comunicação e preservar a sua imagem, mesmo em momentos de grande comoção.

Outro aspecto relevante a ser considerado neste PCI é a grande interface com regulados e sociedade, dado que a ANAC é prestadora de serviços de emissão de licenças e habilitações para o pessoal da aviação civil, responsável pela certificação (de aeronaves, produtos aeronáuticos e empresas aéreas), pela fiscalização da prestação de serviços aéreos, pela gestão de contratos e concessão de novos aeroportos à iniciativa privada, pela negociação de acordos de serviços aéreos países, entre outros. Dada a quantidade de temas e tecnicidade dos assuntos, entende-se a construção da imagem da Agência como um grande desafio conjunto e de alta complexidade, fato que culminou no estabelecimento de um objetivo estratégico para o ciclo 2020-2026 voltado especificamente ao fortalecimento da imagem e do papel da Agência.

2.3 - Partes interessadas

Partes interessadas são os públicos interno ou externo com os quais a Agência se relaciona e que ofereçam ou sofram potencial impacto em relação à atuação da instituição. Abaixo foram listadas as principais partes interessadas da ANAC, inclusive aqueles que são atualmente acompanhados pela ASCOM. Cabe ressaltar que a listagem não é exaustiva e está em constante atualização.

2.3.1 - Público interno

Força de trabalho

- Servidores com vínculo efetivo e cedidos
- Servidores comissionados (sem vínculo) e requisitados
- Colaboradores (terceirizados)
- Estagiários

2.3.2 - Público externo

Setor Regulado

Profissionais de aviação civil
Fabricantes de aeronaves
Empresas de serviços aéreos
Operadores aeroportuários (públicos e privados)
Concessionários de aeroportos
Organizações de formação de pessoal da aviação civil

Poder Executivo

Agências Reguladoras

Ministérios da Infraestrutura, Ministério da Economia, Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, entre outros

Empresas Públicas

Presidência da República (Casa Civil e Secretária de Secretaria Especial do Programa de Parcerias de Investimentos – SPPI)

Poder Judiciário

Tribunais de Primeira e Segunda Instâncias

Supremo Tribunal de Justiça (STJ)

Supremo Tribunal Federal (STF)

Poder Legislativo

Congresso Nacional, Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais

Órgãos de controle

Tribunal de Contas da União (TCU)

Ministério da Transparência e Controladoria-Geral da União

Ministério Público da União (MPU)

Defesa e Segurança

Força Aérea Brasileira (FAB)

Polícia Federal

Agência Brasileira de Inteligência (ABIN)

Organismos, associações internacionais e outras autoridades de aviação civil

Organização da Aviação Civil Internacional (OACI)

Comissão Latino-Americana de Aviação Civil (CLAC)

Comissão das Autoridades de Aviação Civil Lusófonas (CAACL)

Associação da América Latina e do Caribe de Transporte Aéreo (ALTA)

Associação Internacional de Transportes Aéreos (IATA)

Conselho Internacional de Aeroportos (ACI)

Demais autoridades de aviação civil

Veículos de Comunicação

Jornais impressos

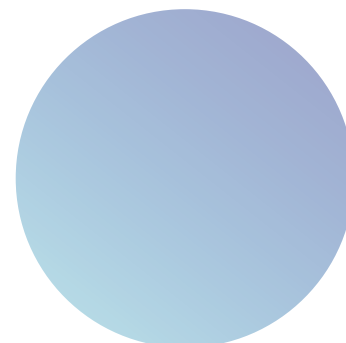
Emissoras de rádio

Emissoras de televisão

Portais de notícias

Influenciadores digitais

Redes sociais dos públicos de interesse



Sociedade

Usuários do transporte aéreo

Sociedade em geral, ainda que não usuária do transporte aéreo

Associações do setor, Conselho Consultivo e entidades de classe

Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR)

Sindicato dos Aeronautas

Sindicato dos Aeroviários

Órgãos de Defesa do Consumidor e acessibilidade

Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor (SENACON) e Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (Procons)

Academia

Escola Nacional de Administração Pública (ENAP)

Universidade de Brasília (UnB)

Fundação Getúlio Vargas (FGV)

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)

Embry-Riddle Aeronautical University

Instituto Tecnológico da Aeronáutica (ITA)

Universidade Anhembi Morumbi

2.4 - Produtos e serviços de Comunicação

A ASCOM planeja, coordena, organiza e produz uma vasta diversidade de produtos de comunicação que são disponibilizados nos canais corporativos da Agência, considerando a estratégia de comunicação definida, o alcance e o público que se deseja atingir.

Nos próximos itens serão apresentados os produtos e serviços desenvolvidos pela ASCOM seguidos de breve detalhamento.

2.4.1 - Campanhas de comunicação

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

Campanhas de comunicação dirigida: conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos com o objetivo de consolidar a imagem ou incentivar o desenvolvimento institucional ou, ainda, prestar informações do interesse de públicos específicos.

2.4.2 - Serviços de Clipping

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

Clipping especial: agregado de notícias divulgadas por veículos de comunicação (impressos, televisivos, radiofônicos ou digitais) sobre assunto específico. A edição é elaborada sob demanda e tem como objetivo subsidiar ações estratégicas pela ASCOM. Geralmente, é encaminhado apenas à Diretoria e às áreas diretamente interessadas naquele assunto.

Clipping de notícias: agregado de notícias divulgadas em veículos de comunicação (impressos, televisivos, radiofônicos ou digitais) que tratem de assuntos relacionados à aviação civil ou à ANAC. É elaborado pela ASCOM diariamente e encaminhado aos servidores e colaboradores via e-mail em duas edições diárias: a primeira às 9h e a segunda às 16h30. As edições também são disponibilizadas na Intranet para consulta.

2.4.3 - Eventos

Apoio institucional: apoio dado pela Agência a eventos de outras organizações públicas ou privadas visando ao fortalecimento da imagem da ANAC com intermédio da ASCOM.

Cobertura jornalística: trabalho de acompanhamento presencial e produção de conteúdo textual (podendo incluir o registro de imagens) realizado por profissionais da ASCOM, servindo de registro e documentação jornalística de eventos promovidos pela Agência ou com participação institucional da ANAC.

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

Cerimonial e protocolo: conjunto de procedimentos e formalidades necessários à realização de eventos. No caso de eventos promovidos pela ANAC, todo o trabalho de cerimonial e protocolo é realizado pela ASCOM; em eventos externos, a ASCOM participa na coordenação e orientação dos representantes da Agência em relação às regras de cerimonial e protocolo.

Elaboração de Convite: elaboração de conteúdo textual e visual, impresso ou eletrônico, que tem por objetivo convidar seu destinatário para participar de eventos, reuniões, encontros, workshops, palestras ou seminários, entre outros.

Peças de sinalização: elaboração de placas para identificação e sinalização em eventos promovidos pela Agência, como prismas e banners de lona, podendo ser necessária a utilização de identidade visual própria ou no modelo padrão adotado pela ANAC.

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

Representação institucional: participação de servidor em ação de interesse institucional, excluídas as representações internacionais e de caráter eminentemente técnico, na qualidade de representante da ANAC e com ciência da ASCOM.

Evento em comemoração ao aniversário da ANAC: realizado no mês de março como forma de celebrar o aniversário da Agência (comemorado no dia 20 de março), o evento é de inteira responsabilidade da ASCOM e envolve a definição da programação, a criação de identidade visual e sua divulgação.

Confraternização de fim de ano: evento realizado no mês de dezembro, na cidade de Brasília, e que demanda grande esforço da ASCOM por envolver desde a definição estratégica de uma data para sua realização, passando pelo levantamento de locações e de serviço de buffet disponíveis e incluindo intensa campanha de divulgação, definição de tema e programação, criação de identidade visual e confecção de peças gráficas.

Por Dentro das Normas: os eventos com a marca “Por Dentro das Normas” têm como objetivo apresentar, de forma pontual e simplificada, as normas elaboradas pela ANAC que ofereçam grande impacto a vida dos regulados, dos usuários do transporte aéreo ou que afetem a vida dos servidores da Agência. Para sua realização, a ASCOM identifica temas sensíveis ou de grande interesse do público interno e realiza tratativas com as áreas relacionadas a esses temas, promovendo um evento que é transmitido para todas as unidades da Agência em tempo real. A quantidade anual de eventos com a marca “Por Dentro das Normas” é variável.

Diálogos: as palestras com a marca Diálogos têm como objetivo aproximar a Agência do setor regulado, academia e demais públicos do setor da aviação por meio do compartilhamento de experiências. Para 2020, estão previstas cinco edições do evento que serão promovidas pela Diretoria e Superintendência de Gestão de Pessoas (SGP) com apoio da ASCOM.

Norma Comentada: os eventos com a marca “Norma Comentada” têm como objetivo apresentar, de forma pontual e simplificada, as normas elaboradas pela ANAC que ofereçam grande impacto na vida dos regulados ou dos usuários do transporte. Para sua realização, a ASCOM identifica ou é provocada pelas unidades relacionadas aos temas sensíveis ou de grande interesse do público externo e que demandam divulgação e esclarecimento por meio de evento presencial. Esses eventos são transmitidos em tempo real pela internet. A quantidade anual de eventos com a marca “Norma Comentada” é variável.

2.4.4 - Relacionamento com veículos de comunicação

Atendimento aos veículos de comunicação: a ASCOM recebe e responde a todas as demandas encaminhadas por veículos de comunicação, especialmente por veículos de imprensa. A título de exemplo, no acumulado do ano, até outubro de 2019, foram contabilizados 1.718 atendimentos, com uma média de 150 atendimentos por mês.

Assessoramento de porta-vozes: assessoramento prestado pela ASCOM em compromissos públicos, eventos ou entrevistas concedidas por porta-voz autorizado a representar a Agência e a emitir posicionamento institucional frente a veículos de comunicação.

Entrevista individual ou coletiva: encontro entre porta-voz da Agência e veículo de comunicação em data pré-definida e com a intermediação da ASCOM. Pode ocorrer de forma individual ou coletiva (hipótese em que há a necessidade de esclarecer à mídia assunto específico).

Mensagens instantâneas para público externo: conteúdo encaminhado diretamente a profissionais de veículos de comunicação cadastrados no mailing list da ASCOM a partir de aplicativo de troca rápida de mensagens. O conteúdo compartilhado pode ser para direcionamento a press release, nota à imprensa, envio de infográficos, entre outros.

Nota à imprensa: conteúdo textual curto e objetivo, veiculado em espaço específico no Portal da Agência na internet (seção “Notícias”), destinado à imprensa e com o objetivo de esclarecer ou divulgar posicionamento da ANAC. A nota também pode ser encaminhada como resposta a demandas jornalísticas relativas ao assunto e para o mailing list de jornalistas.

Press release: conteúdo textual que pode conter elementos gráficos, sendo destinado exclusivamente a veículos de comunicação. Seu objetivo é apresentar informações capazes de subsidiar a produção editorial da imprensa. Os press releases elaborados pela ASCOM podem (ou não) ser divulgados no Portal da ANAC e enviados ao mailing list de jornalistas.

Treinamentos de porta-vozes: a capacitação dos porta-vozes da ANAC é intermediada pela ASCOM. Os treinamentos podem ser gerais ou focados em temáticas específicas de modo a preparar o porta-voz para entrevistas e questionamentos da imprensa.

2.4.5 - Peças de comunicação e programação visual

Cartilha: material, geralmente aliando conteúdo textual e gráfico, de cunho didático, elaborado com o objetivo de aprofundar temas e esclarecer eventuais dúvidas de públicos específicos. Pode ser veiculado em versão impressa e também digital, a depender da situação.

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

Cartão: peça com conteúdo textual e visual, em formato impresso ou eletrônico, e que tem por objetivo transmitir mensagens para agradecimento, apresentação, cumprimento ou felicitação. A ASCOM elabora ainda cartões de visita para servidores da Agência.

Diagramação de e-mail: criação e aplicação de identidade visual e diagramação de conteúdo em formato de e-mail para envio a grupos de interessados.

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

Identidade visual: características gráficas e visuais que marcam determinado acontecimento, projeto, evento ou espaço na intranet ou no Portal da ANAC. Uma identidade visual é formada por elementos como frases, imagens, tipografias e símbolos que buscam, a partir de sua integração gráfica, comunicar uma determinada mensagem ou ideia.

Infográficos: Textos visuais informativos associados a elementos não verbais, tais como imagens, sons, gráficos, hiperlinks etc.

Modelo de apresentação (ferramenta Power Point): modelo visual pré-definido para utilização em apresentações de servidores da Agência (internas ou externas). O modelo é criado pela ASCOM, de modo a preservar e garantir a correta disseminação da identidade visual da ANAC, de ações, eventos ou projetos específicos.

Revista: publicação impressa ou eletrônica com conteúdo textual de grande volume e elevada complexidade. Atualmente, a ASCOM possui parceria com a Assessoria Internacional (ASINT) para produzir a revista Conexão Internacional – publicação semestral voltada à divulgação de conteúdo relacionado à atuação internacional da Agência e que inclui, ainda, discussões técnicas sobre aviação com caráter internacional.

Relatório de Atividades/Relatório de Gestão: publicação anual, em linguagem clara e acessível, com prestação de contas do trabalho realizado pela ANAC. É elaborado a partir do Relatório de Gestão encaminhado pela Agência ao Tribunal de Contas da União (TCU) e de consulta às unidades organizacionais. A elaboração do Relatório de Atividades é coordenada pela Superintendência de Planejamento Institucional (SPI); a edição e diagramação são realizadas pela ASCOM. Os relatórios apresentados são os principais, mas a ASCOM também elabora outros relatórios solicitados pelas áreas.

2.4.6 - Produção de conteúdo e páginas eletrônicas

Banner: espaço de destaque no Portal da ANAC ou na intranet, normalmente utilizado para enfatizar temas ou assuntos de maior relevância ou que demandem maior índice de visualização.

Avisos: textos divulgados no Portal da ANAC com o objetivo de informar regulados sobre temas importantes, como ocorre quando da realização de audiências públicas, de bancas de exame de proficiência, de chamamento para reuniões deliberativas da Diretoria, da publicação de comunicados relevantes e da realização de sessões de julgamento da Junta Recursal, entre outros.

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

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

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

Matéria especial: notícia que demande um trabalho mais complexo de apuração e maior detalhamento das informações, podendo envolver o desenvolvimento de material visual. Pode ser publicada na intranet, no Portal da ANAC ou, ainda, veiculada em publicações como revistas ou newsletters.

Notícia: conteúdo textual publicado em espaço específico no sítio eletrônico (seção “Notícias”), voltado à imprensa e ao público em geral. Tem como objetivo transmitir informações sobre deliberações da Diretoria, normas da Agência, temas de utilidade pública ou prestação de serviço aos usuários.

ANAC Informa: a newsletter ANAC Informa foi criada em abril de 2018 com o objetivo de divulgar as principais notícias veiculadas no Portal da ANAC a cada mês. Além das 12 edições previstas, a ASCOM pretende aprimorar a newsletter ao longo de 2020.

RADAR: criada em janeiro de 2017, o RADAR é uma newsletter mensal desenvolvida para o público interno da Agência e que tem como objetivo fortalecer a comunicação institucional da ANAC. Nele, são veiculadas notícias factuais de interesse de servidores e colaboradores, sempre em linguagem acessível, simplificada e fortemente visual, além de matérias especiais que aprofundam e explicam temáticas sensíveis ou complexas, estimulando, assim, o nivelamento do conhecimento entre todas as áreas. Para 2020, estão previstas 12 edições da publicação, além de eventuais edições especiais.

Página eletrônica (criação ou atualização): organização visual e navegável de conteúdo, acessível a partir de um navegador de internet. As páginas eletrônicas são desenvolvidas sempre que novo tema ou área de atuação da ANAC exija tratamento perene e justifique a criação de espaço específico para acesso do público de interesse (externo ou interno).

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

Especialista responde: vídeo de perguntas e respostas com a participação de um integrante do corpo técnico da Agência com esclarecimentos sobre ações ou regulamentos da ANAC.

Vídeo-depoimento, educativo ou institucional: material produzido no formato de vídeo de curta duração cujo objetivo é transmitir mensagens de reconhecimento, agradecimento, boas-vindas, relatos ou de caráter educativo ou institucional. Geralmente, envolve trabalhos de elaboração de roteiro, produção, filmagem ou produção de animação e edição. Pode ser distribuído para público interno ou externo, conforme necessidade da Agência.



2.4.7 - Redes sociais

Atualmente a ANAC utiliza as redes *Facebook*, *YouTube*, *LinkedIn*, *Whatsapp* e *Twitter* (veja mais no item 2.5.4, “Redes Sociais”).

Atendimento inbox: como unidade gestora da página oficial da ANAC no *Facebook*, a ASCOM utiliza a rede também para prestar atendimento e responder usuários a partir de mensagens via inbox.

Moderação de comentários: a mediação e a resposta a comentários postados nas páginas da ANAC nas redes sociais são realizadas pela ASCOM.

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

Mensagens instantâneas para público interno (Whatsapp): canal de comunicação entre ASCOM e a equipe da Agência para disseminação de conteúdo de interesse de servidores e colaboradores que se cadastrarem.

Mensagens instantâneas - WhastApp do Governo Federal: canal de comunicação utilizado pelo Governo Federal para envio de mensagens a pessoas previamente cadastradas. A ASCOM utiliza esse canal para disseminar informações da ANAC.

2.5 - Canais corporativos

Os canais corporativos são os meios de comunicação pelos quais a ANAC divulga, difunde, veicula e transmite informações, de forma coletiva, para seus públicos de interesse e para a sociedade. Os canais corporativos atualmente disponíveis na Agência encontram-se listados nos itens a seguir.

2.5.1 - Canais digitais

Portal da ANAC

Reformulado em 2016, o Portal da ANAC (disponível no endereço <https://www.anac.gov.br/>) segue padrões estipulados pelo Governo Federal e é uma das principais formas de contato da sociedade e dos regulados com a Agência.

O conteúdo veiculado no Portal, bem como os aspectos gráficos do site, são geridos pela ASCOM. Cabe destacar que especial atenção é dedicada à página principal do Portal e às páginas iniciais de cada macrotema, tendo em vista a necessidade de que elas sejam atraentes para o usuário e ofereçam acesso intuitivo, com textos curtos e objetivos. Ressalta-se também que a atualização de conteúdo não é responsabilidade exclusiva da ASCOM, mas sim dever de todos. Dessa forma, diversas áreas são capacitadas para publicação de documentos exclusivamente técnicos no Portal.

Desde sua reformulação, a ASCOM busca implementar melhorias sucessivas no Portal. Esse é um processo contínuo, dinâmico e que demanda constante dedicação da equipe no intuito de acompanhar inovações tecnológicas e tendências do ambiente digital. Hoje, o Portal da ANAC apresenta uma média de 1.198.380 visualizações por mês. A página de consulta ao Registro Aeronáutico Brasileiro (RAB) e a de serviços online são as mais acessadas.

Para 2020, está prevista a adesão ao Gov.br, portal único do Governo Federal.

Páginas Temáticas

Uma página temática é criada com o objetivo de dar destaque a conteúdos específicos, geralmente de grande interesse para o usuário. Um exemplo é a página temática mobile-friendly "Passageiro Digital", que foi elaborada no intuito de ser acessada pelos usuários do transporte aéreo a partir de dispositivos móveis. Nela, foram esquematizados os principais temas de interesse dos passageiros, como informações sobre check-in, bagagem, cancelamento e atraso de voos, entre outros. O acesso pode ser realizado a partir dos endereços <https://www.anac.gov.br/passageirodigital> ou <https://www.anac.gov.br/pd>.

Intranet

A página está disponível no endereço <http://intranet.anac.gov.br/> e deve ser acessada a partir da rede da Agência. Na intranet, estão notícias e informações sobre assuntos relacionados às rotinas da Agência, além de conteúdos com caráter mais informal e que sejam capazes de auxiliar na aproximação de servidores e colaboradores entre si e com a instituição, contribuindo para a melhoria do clima organizacional. Em dezembro de 2019, a ASCOM reformulação da Intranet da Agência, com sua atualização para uma plataforma mais amigável e de fácil utilização pelos usuários. Para 2020, estão previstos o lançamento de novas funcionalidades e o aprimoramento da nova intra.

Hangouts

Chamada de vídeo com técnicos da ANAC, jornalistas e influenciadores digitais, em data pré-definida, realizada e intermediada pela ASCOM. Tem como objetivo explicar a aplicação prática de normas ou disseminar informações sobre um assunto específico e de relevância. Posteriormente, a apresentação realizada via hangout pode ser transformada em um vídeo e disponibilizada.

Transmissão de apresentações no Portal da ANAC ou redes sociais

Transmissão ao vivo de apresentações, audiências públicas e entrevistas com porta-vozes ou técnicos da ANAC. A decisão quanto à transmissão de conteúdo pela Agência é sempre intermediada pela ASCOM.

2.5.2 - Correio eletrônico

Correio eletrônico destinado aos veículos de comunicação

O conteúdo fornecido pela ANAC a veículos de comunicação, bem como as respostas às demandas recebidas e a distribuição de pautas ou press releases são, em sua maioria, transmitidos pelo endereço de e-mail jornalismo@anac.gov.br. Essa forma de trabalho resguarda a Agência quanto à veracidade e quanto ao conteúdo divulgado, além de permitir a criação de um banco de dados com respostas e material que podem ser consultados para finalidades diversas, tais como a correção de informações equivocadas divulgadas pela imprensa, a análise dos assuntos mais demandados e a contextualização sobre assuntos recorrentes, entre outros.

Cabe ressaltar que a ASCOM também presta atendimento aos veículos de comunicação por telefone, pessoalmente ou, ainda, por meio de entrevistas, de acordo com a estratégia definida por esta Assessoria.

Correio eletrônico destinado à comunicação interna

A partir de 2020, as demandas do público interno serão encaminhadas à ASCOM por meio do Portal de Serviços. Por esse canal, a ASCOM receberá solicitações de publicação, de revisão de texto, de atualização de páginas eletrônicas e de demandas relacionadas à criação de peças gráficas e à realização de coberturas fotográficas. Para dúvidas, sugestões e solicitações que não envolvam serviços, deverá ser utilizado endereço de correio eletrônico comunica@anac.gov.br.

Correio eletrônico para público externo

Comunicações formais são recebidas pela caixa de mensagens ascom@anac.gov.br.

2.5.3 - Publicações

As publicações são canais utilizados para transmissão de conteúdo informativo, técnico ou de utilidade pública. Podem ser veiculadas na forma de cartilhas, relatórios, cartazes, folders, banners ou newsletters, entre outros, e têm como objetivo disseminar conteúdo sobre assuntos e temas específicos destinados aos mais diversos públicos, de acordo com a necessidade e estratégia definidas pela ASCOM.

2.5.4 - Redes sociais

Facebook

A ANAC possui uma página oficial na rede social Facebook, que é a rede social que representa 76% do consumo de informação em redes sociais no Brasil, segundo dados do Reuters Institute Digital News Report 2019. A partir de postagens regulares, a página “ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil” funciona como canal para disseminação de informações e orientações a usuários de perfis e interesses diversos. A ASCOM presta também atendimento por meio da plataforma, esclarecendo dúvidas dos usuários e atendendo a demandas por informações. Eventuais comentários inadequados ou com conteúdo agressivo também são mediados pela ASCOM. Até outubro de 2019 foram realizados 552 atendimentos via inbox no Facebook.

O atendimento prestado pela ANAC por meio de sua página oficial no Facebook costuma ter boa receptividade, tendo em vista o fato de garantir ao usuário a oportunidade de “ser ouvido”. Esse tratamento adequado pode ser confirmado pela constante conquista de novos seguidores e pelo crescente número de comentários nas postagens da página da Agência. Atualmente o perfil da Agência nesta rede a Agência possui 72 mil curtidas, com um alcance de 432 mil visualizações, ou seja, pessoas que visualizam as informações publicadas via Facebook.

YouTube

O canal da Agência no YouTube – “ANAC Vídeos” – é utilizado para transmissão, em tempo real, das Reuniões Deliberativas da Diretoria, bem como para manutenção de arquivo dessas reuniões. Eventualmente, também são disponibilizados vídeos de palestras, webnários e reuniões participativas ou, ainda, vídeos para difusão de conteúdo educativo ou de utilidade pública. Atualmente o perfil oficial da ANAC no Youtube possui mais de 2 mil inscritos.

LinkedIn

Canal para publicações institucionais voltadas ao mercado corporativo, regulados e imprensa especializada. Criada em junho de 2019, a página oficial da ANAC já acumula mais de 8 mil seguidores, com alcance superior 23 mil pessoas (dados de outubro de 2019).

Twitter

Canal para publicação de mensagens curtas para divulgações rápidas além de acompanhamento do que é publicado sobre a Agência. A adesão à plataforma foi feita no início de dezembro de 2019.

2.5.5 - Contatos telefônicos

Telefones fixos

Veículos de comunicação podem entrar em contato com a ASCOM por meio de números de telefones fixos, de segunda a sexta, em dias úteis, no horário compreendido entre as 9 e as 19 horas. Os números atualizados estão sempre disponíveis na página “Área da Imprensa”, acessível pelo Portal da ANAC na internet.

Celular de plantão para atendimento à imprensa

A ASCOM possui também número de celular dedicado exclusivamente ao atendimento a veículos de comunicação em regime de plantão. O número (61) 9 9112-8099 funciona das 19h às 9h nos dias de semana, e de forma ininterrupta em feriados e finais de semana.

Por esse número, profissionais da imprensa podem entrar em contato com a ANAC, solicitando informações com caráter de urgência, como acidentes, tumultos em aeroportos ou outros fatos relacionados à aviação civil e que tenham caráter inusitado e emergencial. Demandas passíveis de programação por parte dos veículos de comunicação não são atendidas pelo celular de plantão.

2.6 - Análise de Contexto

2.6.1 - Índices do setor aéreo

O ano de 2019 foi desafiador para o setor aéreo. Com a economia em lento crescimento e a saída de uma empresa detentora de 13,4% do mercado, os índices de demanda e oferta de voos sofreram queda a partir de maio de 2019, apresentando melhora apenas a partir de outubro.

Os índices de segurança se mantiveram estáveis ao longo do ano, sem nenhuma fatalidade no transporte aéreo regular de passageiros. No entanto, acidentes na aviação geral marcaram o ano pela grande repercussão perante a mídia e a sociedade, culminando nas mortes do jornalista Ricardo Boechat, em fevereiro, e do cantor Gabriel Diniz, em maio. Em ambos os casos houve a suspeita de prática de táxi-aéreo irregular, trazendo novamente o tema para a pauta da comunicação. Como uma das medidas para coibir a prática e auxiliar os passageiros, em 17/04 foi lançado o aplicativo Voe Seguro, onde podem ser consultados dados do piloto e da aeronave, além da informação sobre a autorização da empresa para prestar o serviço de táxi-aéreo. Outra mudança significativa foi a aplicação de sanções e penalidades mais pesadas ainda que em âmbito cautelar. Para 2020 há o projeto de ampliar as divulgações sobre o tema, trazendo cada vez mais informações para que os contratantes evitem transporte aéreo clandestino.

2.6.2 - Saída da Avianca Brasil

A saída da Avianca Brasil do mercado a partir de maio transformou o cenário do transporte aéreo brasileiro, trazendo novas empresas para o disputado mercado de Congonhas (SP). Com a concessão cassada pela ANAC em 24 de junho - por razões operacionais e pela falta prestação de assistência aos passageiros - a empresa perdeu seus 41 slots no Aeroporto de Congonhas, em São Paulo, culminando em um processo de redistribuição provisória e a entrada das empresas MAP, Passaredo e Two Flex (pista auxiliar).

Como citado no tópico 2.6.1, os índices de oferta e de demanda no transporte aéreo sofreram impacto com a saída da Avianca do mercado. Além disso, foi fundamental o alinhamento entre ANAC e a Senacon (Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor), do Ministério da Justiça, para acompanhamento e informação aos passageiros impactados pela falta de atendimento por parte da empresa.

2.6.3 - Capital estrangeiro, franquia de bagagem e novas empresas

Em 22/5 a Diretoria da ANAC aprovou a concessão para exploração de serviço aéreo regular de passageiros à Globalia Linhas Aéreas, a primeira empresa com 100% de capital estrangeiro com interesse em se constituir no mercado doméstico. A aprovação aconteceu na vigência da MP nº 863, que permitiu capital estrangeiro no setor. Em 17/6 foi sancionado o Projeto de Lei de Conversão com o veto do Presidente da República ao artigo que previa o retorno da franquia de bagagem obrigatória. Em setembro de 2019 o veto foi apreciado pelo Congresso Nacional, que manteve a medida.

A apreciação do veto encerrou um importante capítulo da comunicação da Agência nos últimos 3 anos. No momento da Sessão do Congresso era possível observar os argumentos de parlamentares, da sociedade nas mídias sociais e até de jornalistas e formadores de opinião em favor da desregulação da bagagem, alinhados com os argumentos que a ANAC buscou transmitir em todos os seus posicionamentos. Nesse momento final a ANAC também contou com o apoio público dos Ministérios de Infraestrutura e de Turismo, além de diversos órgãos técnicos como o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), a Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE), do Ministério da Economia, a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), do Ministério da Justiça, o Tribunal de Contas da União (TCU), além de inúmeras associações e empresas.

Na esfera judicial a Resolução nº400/2016 ainda foi discutida até dezembro, tendo pela primeira vez uma discussão de mérito em julgamento no TRF da 5ª região. Na Ação Civil Pública foram analisadas a franquia mínima de bagagem despachada, a questão do uso do trecho de retorno em caso de não comparecimento e a possibilidade de multa por cancelamento após 24h. A Agência saiu vencedora por unanimidade, mantendo, assim, todos os artigos da Resolução nº400/2016 vigentes e sem alteração de sentido original.

Após a mudança da regra para o capital estrangeiro no Brasil e a manutenção da franquia de bagagem livre, empresas que operam no modelo low cost (Norwegian, Sky Airlines, Flybondi e JetSmart) solicitaram autorização para funcionamento no país, sendo que duas delas (Norwegian e Sky Airlines) já operam voos internacionais a partir do Rio de Janeiro e São Paulo.

Em dezembro a Air Europa (que pertencia ao grupo da Globalia, primeira estrangeira a solicitar aprovação para se constituir no País) anunciou codeshare com a Gol Linhas Aéreas para operar em 20 cidades do Brasil a partir janeiro de 2020. Nesse contexto, há a expectativa de uma recomposição de oferta e pela entrada de novas empresas tanto nos mercados doméstico e internacional.

2.6.4 - Acordos de serviços aéreos e atuação internacional

O Brasil avançou em conectividade internacional em 2019, contabilizando 16 entendimentos negociados, 6 acordos assinados e outros 6 promulgados. Ao todo, já são 115 os entendimentos relacionados a serviços aéreos internacionais concluídos. Em 2019, os destaques foram as inclusões de entendimentos com Malta, El Salvador e Geórgia (aguardando formalização), e, principalmente, o fim das restrições do número de voos entre Brasil e Portugal. O entendimento com Portugal seguiu o modelo “céus abertos” adotado para as negociações concluídas recentemente com Reino Unido, Holanda, Dinamarca, Suécia, Luxemburgo e Finlândia.

Em setembro o Brasil foi novamente eleito para o Grupo I do Conselho da OACI até 2023. A votação ocorreu durante a 40ª Assembleia da OACI, em Montreal (Canadá), e o Brasil recebeu 157 votos para permanecer no grupo formado por 11 países representando o sistema da aviação mundial. Em maio a Agência assumiu a Presidência da Comunidade das Autoridades de Aviação Civil Lusófonas (CAACL), sediando a próxima reunião no Brasil.

2.6.5 - Concessão de aeroportos e Viracopos

No âmbito das concessões de aeroportos, a situação da Concessionária de Viracopos segue sendo tema recorrente das demandas de comunicação da ANAC. Em processo de recuperação judicial e de caducidade abertos desde 2018, a concessionária não aderiu ao processo de relicitação e novas assembleias do processo de recuperação judicial vem sendo realizadas.

Em março de 2019, foi realizado o leilão da quinta rodada, a primeira em blocos, contemplando a concessão de 12 aeroportos divididos em três regiões: Nordeste, Centro Oeste, Sudeste, Norte e Sul, com arrecadação inicial de R\$1,46 bilhão. Na sequência foram anunciados os novos aeroportos a serem licitados. O Bloco Sul, que é composto por nove aeroportos: Curitiba, Foz do Iguaçu, Londrina e Bacacheri, no Paraná; Navegantes e Joinville, em Santa Catarina; e Pelotas, Uruguaiana e Bagé, no Rio Grande do Sul. Já o Bloco Norte é formado por Manaus, Tabatinga e Tefé, no Amazonas; Rio Branco e Cruzeiro do Sul, no Acre; Porto Velho (RO) e Boa Vista (RR), totalizando sete terminais. Os seis aeroportos que compõe o Bloco Central são: Goiânia (GO), Palmas (TO), Teresina (PI), Petrolina (PE), São Luís e Imperatriz, no Maranhão.

2.6.6 - CHT Digital

Desde agosto de 2019, mais de 40 mil profissionais da aviação civil passaram a ter suas licenças em formato totalmente digital. O novo Certificado de Habilitação Técnica (CHT) é disponível via tecnologia QR Code e concede acesso a licenças e habilitações emitidas e atualizadas imediatamente no sistema, após a finalização de cada processo. Antes, o prazo para emissão de uma nova licença ou para a atualização de habilitações e exames era de pelo menos 30 dias – prazo para confecção e envio de uma nova licença impressa em cartão pela Casa da Moeda. A partir de janeiro de 2020 o modelo passa a ser exclusivamente digital, trazendo novamente a necessidade de comunicação e de esclarecimento de todos os públicos impactados.

2.6.7 - Operações do Boeing 737 MAX

Em março de 2019 a ANAC publicou a suspensão das operações com aeronaves de modelo Boeing 737-8 MAX no Brasil. A Diretriz de Aeronavegabilidade, de cumprimento imediato, foi adotada inclusive pelas empresas que suspenderam voluntariamente suas operações, como a Gol Linhas Aéreas. A ANAC foi convidada para participar do grupo de autoridades que estuda o retorno das aeronaves, no entanto, aguarda decisão da certificadora americana, o que está previsto para ocorrer em 2020.

Após o acidente com a aeronave operada pela Ethiopian Airlines, a ANAC manteve contato com a Federal Aviation Administration (FAA), com a fabricante da aeronave e com as empresas que operam o modelo no Brasil, além de acompanhar atentamente as investigações do acidente. Ao certificar a aeronave para operar no Brasil, a ANAC identificou diferenças entre os modelos da família Boeing 737 e solicitou treinamento do sistema de aumento de características de manobra (MCAS) para operação do modelo 737-8 MAX. A comprovação do treinamento foi exigida para o início das operações com a aeronave no país, fator bastante explorado pela imprensa mundial.

2.7 - Aproveitamento de estudos de comunicação para definição da estratégia para 2020

Para definir a estratégia de comunicação, a ASCOM também considerou o contexto da comunicação no Brasil e no mundo. Esse ambiente é extremamente dinâmico, motivo pelo qual as estratégias de comunicação precisam ser constantemente atualizadas. Segundo dados do Reuters Institute Digital Report 2019, o consumo da informação no Brasil tem se tornado cada vez mais digital, chegando a 87% de preferência de consumo de mídia pela Internet, contra 73% pela televisão e 27% em mídia impressa.

A internet e a televisão continuam sendo a fonte mais importante de notícias no Brasil, enquanto os leitores de impressão quase diminuíram pela metade desde 2013. Enquanto isso, os smartphones não apenas ultrapassaram os computadores como se tornaram o principal meio de acessar as notícias online (53%).

Esses dados reforçam a estratégia de investimento digital da ASCOM, utilizando cada vez menos publicações impressas e materiais diagramados e extensos, e partindo para a produção de conteúdo multimídia e reforço da sua presença digital.

Podcast

Em todos os países, os principais motivos para ouvir podcasts é se manter atualizado sobre tópicos de interesse pessoal (46%), além de aprender algo novo (39%). Outras motivações incluem preencher tempo vazio (25%) e mudança da música (22%). Mas estas razões não se desenrolam igualmente entre os grupos etários. Ouvintes mais velhos estão mais interessados em se manter atualizados, enquanto os jovens procurando podcasts que os entretenham ou preencham o tempo vazio.

A ASCOM elencou o podcast como a sua nova aposta de comunicação em 2020. Por se tratar de um público mais específico e que tem interesse no tema tratado, foi criada a estratégia de utilizar essa plataforma para fortalecimento do papel da ANAC como um órgão técnico e especializado.

2.8 - Matriz FOFA da Comunicação Institucional da ANAC

Para a elaboração da Matriz FOFA (Tabela 2) – também conhecida como Análise SWOT –, a ASCOM contou com a colaboração de servidores de outras unidades organizacionais da Agência e considerou levantamentos realizados sobre os ambientes externo e interno, bem como percepções sobre a Agência e o seu desempenho.

Para as Forças e Fraquezas, foram considerados o cenário interno da Agência, o diagnóstico da comunicação interna, a relação e a percepção de servidores e as interações entre as unidades organizacionais. Já as Oportunidades e Ameaças foram identificadas no ambiente externo, considerando o cenário político e econômico nacional e o mercado de aviação civil.

Tabela 2: Matriz FOFA

FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Estruturação da gestão da ASCOM, com remapeamento de processos e publicação de normativos - Foco claro da Agência na comunicação e na promoção da Segurança Operacional - Aplicação de pesquisas e desenvolvimento de outros meios para coletar dados e informações sobre os públicos interno e externo e sobre a efetividade das ações de comunicação realizadas - Excelente relacionamento da ASCOM com todas as áreas técnicas da ANAC <ul style="list-style-type: none"> - Posição estratégica da ASCOM, com acesso à Diretoria e à alta gestão para a obtenção de informações - Posição estratégica da ASCOM no Plano de Gerenciamento de Crise da ANAC - Primeira edição do Plano de Comunicação Institucional apresentou bom cumprimento e aceitação, além de estabelecer indicadores <ul style="list-style-type: none"> - Reformulação da Intranet - Adesão ao Portal de serviços - Possibilidade de aumento de força de trabalho por meio da Portaria nº 193/2018 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilidade de comunicação mais estreita com o público externo por meio do desenvolvimento de novas ferramentas e canais <ul style="list-style-type: none"> - Reformulação de produtos existentes e uso de novos recursos para produzir e disseminar material informativo - Fortalecimento da transparência do processo decisório da Agência - Inovação e recursos tecnológicos que favorecem a agilidade dos processos de comunicação - Bom momento da Agência no cenário internacional - Indicadores de acidentes altamente favoráveis, em especial na aviação regular <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimento da presença digital da Agência - Integração de sistemas de controle interno e gerencial de demandas de comunicação - Contratação de empresa especializada em produtos e serviços de comunicação
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> - Lacunas em estudos, levantamentos e indicadores sobre a imagem e papel da Agência e sobre a efetividade dos produtos e canais existentes - Falta de integração entre as unidades organizacionais e entre chefias e servidores, afetando a comunicação intraorganizacional <ul style="list-style-type: none"> - Limitação de pessoal (especialmente do quadro efetivo) na ASCOM - Falta de engajamento das áreas no Planejamento de Comunicação - Dificuldade na obtenção de dados que espelhem os resultados da Agência 	<ul style="list-style-type: none"> - Indefinição quanto ao novo cenário político e econômico do país <ul style="list-style-type: none"> - Falta de confiança da sociedade em ações governamentais - Falta de conhecimento sobre a importância do trabalho das Agências Reguladoras <ul style="list-style-type: none"> - Interferências políticas indevidas <ul style="list-style-type: none"> - Cortes orçamentários - Polêmica na repercussão de regulamentações em veículos de comunicação e redes sociais - Não conseguir contratar a empresa especializada em produtos e serviços de comunicação

3 - Planejamento Estratégico em Comunicação

3.1 – Identidade estratégica da Assessoria de Comunicação Social

Missão

Comunicar o papel da ANAC e consolidar a imagem da Agência perante seus públicos.

Visão

Ser referência de comunicação estratégica no setor de aviação civil.

Valores

- Buscamos clareza e eficiência na comunicação.
- Temos compromisso com a atuação técnica e estratégica da comunicação institucional.
- Somos parceiros de todas as áreas da Agência.
- Respeitamos as pessoas e suas diferenças.
- Valorizamos o espírito colaborativo e a discussão de ideias.
- Incentivamos o ambiente criativo e inovador.
- Prezamos pela excelência dos nossos serviços.

3.2 – Objetivos, Estratégias e Ações

A ASCOM terá atuação primordial considerando o objetivo do Mapa Estratégico da Agência “Fortalecer a comunicação e o papel da Agência” e sua identidade estratégica. Importante ressaltar que além do objetivo mencionado, ainda que não seja o principal ator envolvido, a atuação da ASCOM irá contribuir também para o alcance de outros objetivos estabelecidos para o ciclo 2020-2026.

Além disso, a Assessoria estabeleceu quatro objetivos específicos que serão o cerne para o cumprimento do Plano de Comunicação Institucional em 2020. Nos itens abaixo serão explorados cada um desses objetivos, as estratégias que serão desenvolvidas pela Assessoria de Comunicação Social para seu cumprimento, bem como as ações de comunicação no âmbito de cada objetivo.

3.2.1 - Objetivo Estratégico para o ciclo 2020-2026

Fortalecer a comunicação e o papel da Agência.

Na definição do novo Mapa Estratégico da ANAC para o ciclo 2020-2026 a ASCOM recebeu uma missão clara: esclarecer para os diversos públicos o que a Agência faz e entrega de resultado à sociedade. Como ponto de partida dessa ação, a ASCOM propôs como indicador inicial a realização de uma ampla pesquisa de opinião pública para definir as ações mais efetivas com cada público. Essa pesquisa contemplará as diversas audiências da ANAC, desde sociedade, entes regulados, formadores de opinião, órgãos de controle e tomadores de decisão. Além disso, serão realizados ajustes na pesquisa de atendimento já realizada pela Ouvidoria de forma a extrair a percepção dos usuários do sistema de atendimento da Agência.

Estratégias

Aplicação de ampla pesquisa de opinião pública trienal com públicos de interesse da Agência e alteração na Pesquisa de Atendimento aplicada pela Ouvidoria. Com os insumos serão iniciadas ações estratégicas de comunicação com os públicos no PCI 2020 e nas atualizações seguintes do Plano até 2022. A pesquisa deverá ser novamente aplicada em 2023 para aferir a efetividade das ações de comunicação realizadas no triênio.

3.2.2 - Objetivos específicos de Comunicação

A seguir estão descritos os objetivos específicos que serão trabalhados pela ASCOM:

Objetivo

Comunicar proativamente ações e resultados da Agência que contribuam para o desenvolvimento sustentável da aviação civil e o acesso ao transporte aéreo de qualidade.

Estratégias

Divulgação proativa de dados produzidos pela ANAC no acompanhamento de serviços aéreos, indicadores de qualidade dos aeroportos concedidos e processos de concessões de aeroportos.

Disseminação do papel da Agência na ampliação do acesso ao mercado de transporte aéreo e a visão da Agência favorável à abertura de mercado.

Ações

- No evento de comemoração do aniversário da ANAC ou em evento no início do ano, dar ênfase à abertura de mercado e entrada de novas empresas;
- Produzir campanha sobre o crescimento do acesso ao transporte aéreo no Brasil;
- Produzir RADAR (comunicação interna) e infográfico (redes sociais e veículos de comunicação) sobre a 6º Rodada de concessões;
- Divulgar os índices de qualidade de serviços de aeroportos concedidos;
- Apoiar realização de evento de discussão sobre Resolução nº 372/2015 (Indicadores de Qualidade);
- Incentivar a participação de servidores em representação institucional com foco em esclarecer o papel da Agência e demonstrar seus resultados;
- Apoiar a realização de workshops e eventos sobre relações de consumo e acessibilidade;
- Realizar Edições de “Por Dentro das Normas” sobre o papel da Agência nas relações de consumo;
- Apoiar eventos de aproximação com os órgãos de defesa do consumidor;
- Diagramar e publicar os boletins de monitoramento do consumidor.gov.br;
- Divulgar eventualmente estudos do tema 28 da Agenda Regulatória (slots);
- Divulgar acordos internacionais assinados pelo Brasil por meio da ANAC.

Estratégia

Disseminação de informações sobre as ações da ANAC relacionadas ao meio ambiente.

Ações

- Realizar e apoiar ações para público interno e externo sobre os compromissos da Agência para o meio ambiente;
- Divulgar o Inventário de Emissões Atmosféricas da Aviação Civil Brasileira;
- Divulgar a iniciativa “Aeródromo Sustentável”;
- Aprimorar a realização e apoiar participação da Agência em eventos relacionados ao meio ambiente.

Estratégia

Divulgação do aprimoramento do processo de certificação de pessoal.

Ações

- Realizar Edições de “Por Dentro das Normas” sobre certificação de pessoal;
- Divulgar ações relacionadas aos temas da Agenda Regulatória: Requisitos para concessão de Certificados Médicos Aeronáuticos (Tema 9), Novo regulamento de comissário e mecânicos de voo (Tema 10) e 11 Critérios para exame teórico RBAC nº 61 (Tema 11).
- Realizar campanha de lançamento do novo SISCEP;
- Reforçar a entrada em vigor da CHT Digital.

Objetivo

Aprimorar a comunicação sobre a prestação de serviços da ANAC, com ênfase na presença digital e na melhoria de processos.

Estratégia

Direcionamento da comunicação para ações que demonstrem a simplificação de processos e melhoria serviços prestados pela Agência.

Ações

- Divulgar ações que buscam a simplificação de processos de autorização/certificação e supervisão da capacidade de manutenção de empresas aéreas (incluindo redes sociais);
- Campanha de divulgação do novo SISCEP e impacto para a prestação de serviços aos regulados;
- Aprimorar página do CPD - Comitê Permanente de Desburocratização da ANAC na intranet;
- Elaborar e divulgar cartilha informativa sobre nova Instrução Normativa de Serviços;
- Apoiar a divulgação do novo Registro Aeronáutico Brasileiro (Tema 12 da Agenda Regulatória);
- Criar página sobre gestão de conhecimento documental no Portal;
- Divulgação sobre Protocolo Eletrônico;
- Apoiar SPI e Ouvidoria na divulgação das pesquisas de satisfação de atendimento, sobre os serviços prestados pela ANAC e das Cartas de Serviços Interna e Externa;
- Na Série “O que você faz?” buscar ação inovadora que colabora para simplificação/desburocratização dos serviços da Agência;
- Inauguração do Centro Regional de Excelência TRAINAIR PLUS ANAC 2018.

Estratégia

Aprimoramento de canais de comunicação digital e adesão a novas plataformas.

Ações

- Elaborar páginas direcionadas a passageiros e apoiar criação de consultas interativas;
- Ampliar a divulgação das redes da ANAC interna e externamente;
- Dar prosseguimento as fases seguintes de implementação da nova intranet;
- Reformulação do Portal da ANAC para adesão à plataforma Gov.br do Governo Federal com foco na melhoria do conteúdo gerado pelas áreas prestadoras de serviços externos.
- Realizar campanha interna sobre dados (segurança da informação e Lei de Proteção de Dados);
- Apoiar a STI na divulgação de sistemas e aplicativos novos ou já existentes, como o Voe Seguro.
- Iniciar a produção da série “Especialista Responde” também em versão Podcast.

Objetivo

Apoiar a disseminação da cultura da segurança da aviação e o desenvolvimento de um ambiente colaborativo.

Estratégia

Estímulo à cultura de segurança em especial ações e estratégias previstas no Plano de Comunicação do PSOE (anexo II) e divulgar entregas relacionadas à gestão de risco.

Ações

- Dar continuidade à realização, divulgação e aprimoramento da Semana Safety;
- Apoiar realização de evento e informativo interno para compartilhamento de informações e experiências sobre segurança operacional;
- Divulgar índices de segurança (acidentes, média móvel) para reforçar o bom desempenho da aviação regular brasileira;
- Realizar no mínimo duas edições do evento Diálogos com foco em segurança;
- Produzir manuais relacionados a AVSEC, SGSO e de orientação ao regulado;
- Produzir Manual de Fatores Humanos para Agentes de Proteção em Canais de Inspeção de Segurança;
- Apoiar a realização de workshops AVSEC e de segurança aeroportuária;
- Apoiar divulgação de temas da Agenda Regulatória: Critérios regulatórios quanto à implantação, operação e manutenção do SESCINC (Tema 5); Inspeção de segurança da bagagem doméstica despachada (Tema 18) e Disponibilização de acesso a dados de passageiros (Tema 27);

- Ampliar divulgação da página com informações sobre “o que posso transportar”;
- Apoiar realização de workshops sobre Drones;
- Dar continuidade à campanha de combate ao táxi-aéreo clandestino;
- Apoiar a realização de Eventos para treinamento das Organizações de Manutenção em acordos de Aeronavegabilidade;
- Apoiar a realização do Encontro de Fomento à Certificação de Aviação Civil;
- Divulgar ações relacionadas à Gestão de Riscos da ANAC.

Estratégia

Desenvolvimento de um ambiente colaborativo por meio de eventos para intercâmbio de informações e canais para participação social.

Ações

- Apoiar realização de eventos com regulados e Academia;
- Realizar eventos com a marca “Norma Comentada” para divulgação de novas normas expedidas pela Agência;
- Apoiar a realização de eventos e site “Qualidade Normativa em Foco”;
- Apoiar a divulgação interna do Projeto Prioritário para melhoria da qualidade normativa e participação social;
- Apoiar a realização de eventos internacionais;
- Utilizar os canais digitais (Portal da ANAC e redes sociais), mídia espontânea e eventos para reforçar a participação social nos processos de estudos, tomada de subsídios, consultas públicas realizados pela ANAC.

Objetivo

Fortalecer a comunicação interna valorizando pessoas, ideias inovadoras e estimulando a integração.

Estratégia

Enfatizar à integração das áreas buscando valorizar o desempenho individual e coletivo para o alcance de resultados.

Ações

- Realizar eventos itinerantes para integração com as outras unidades da ANAC;
- Lançar a seção “Gente da ANAC” para valorização de servidores e colaboradores;
- Apoiar ações relacionadas ao Programa de Gestão de Desempenho Individual e Institucional;
- Dar continuidade ao Projeto Reuniões Gerenciais Participativas.
- Valorizar pessoas com a publicação de textos técnicos não oficiais para discursão de termos de interesse da Agência.

Estratégia

Desenvolver a cultura de integridade e equidade por meio de campanhas para melhoria do ambiente de trabalho.

Ações

- Realizar campanha “Não é legal” com foco em integridade e equidade;
- Apoiar as ações promovidas pelo Comitê de Equidade;
- Apoiar ações que divulguem e promovam o Plano de Integridade.

Estratégia

Destacar o Planejamento Estratégico, a Gestão de Riscos e os resultados da Agência de forma a fortalecer a visão sistêmica de todos os servidores e colaboradores.

Ações

- Realizar todas as ações relacionadas ao Novo Planejamento Estratégico com foco na contribuição das áreas para o alcance de cada objetivo (quando possível);
- Realizar eventos do Planejamento Estratégico da ANAC 2020-2026 nas regionais;
- Criar página de Gestão de Riscos e divulgar Manual sobre o Sistema de Gestão de Riscos;
- Realizar apresentação interna de prestação de contas com foco nos resultados da ANAC (fim do ano);
- Promover Aniversário da ANAC com foco em histórico e dados da Agência;
- Comunicar e disponibilizar Planos e Relatórios sobre a atuação da Agência (PGA, PAI, Relatório de Atividades, Plano Estratégico, Plano Tático, Relatório de Gestão e Relatórios da Ouvidoria).

3.3 – Planejamento para a comunicação institucional em 2020

A construção do Planejamento de Comunicação Institucional (PCI) para 2020 levou em consideração as necessidades de comunicação enviadas pelas áreas, a Carteira de Projetos da Agência e a Agenda Regulatória.

3.3.1 – Levantamento de necessidades de comunicação

O levantamento das demandas de comunicação das diversas unidades organizacionais da Agência foi realizado a partir de consulta direta a todas as áreas, realizada em entre os dias 30 de setembro e 16 de outubro de 2020 por meio do sistema: <https://comunicacao.anac.gov.br/pci>. As áreas precisaram indicar suas necessidades de comunicação, subdividindo-as em quatro grandes grupos:

Peças de comunicação

Opção utilizada para demandas que envolvam diagramação de peças gráficas em formatos diversos (como relatórios, cartilhas, revistas, cartazes, banners, folders, folhetos) para posterior divulgação nos canais corporativos da Agência, distribuição em eventos e ou encaminhamento pontual aos públicos diretamente interessados. Como forma de garantir disponibilidade orçamentária e possibilitar o planejamento da ASCOM, foi necessário indicar uma previsão da quantidade de exemplares (no caso de publicações impressas), bem como a quantidade prevista de páginas para cada documento.

Páginas eletrônicas

As demandas classificadas como “Páginas Eletrônicas” abrange desde a reformulação de páginas já existentes até a criação de novas páginas - tanto em ambiente interno (intranet) quanto externo (Portal). Tal esforço pode demandar, além da estruturação do espaço online, a revisão de textos e a divulgação do novo conteúdo disponibilizado.

Eventos

Grupo que busca mapear todos os eventos que serão realizados com apoio da ASCOM, com ou sem acionamento do contrato de eventos. Para tanto, foram indicadas previsões de mês e cidade de realização, se há necessidade de comunicação dirigida (para público interno, externo ou ambos) e qual a estimativa da quantidade de participantes. Para fins de planejamento orçamentário, essas ações também deveriam indicar se há necessidade da contratação de serviços oferecidos pela empresa contratada de eventos.

Outros: divulgação, campanhas e outras ferramentas

Abrange as demais ações de comunicação como produção e divulgação de conteúdo que não sejam contempladas pelas opções “Peças de Comunicação”, “Páginas Eletrônicas” ou “Eventos”, mas que, ainda assim, necessitem de um maior esforço de comunicação. Nesse grupo, estão ações em formatos variados, mas que têm em comum demandarem especial esforço por parte da ASCOM para sua concretização - como o desenvolvimento de campanhas de comunicação, a produção de conteúdo em vídeo ou o relacionamento direto com veículos de comunicação.

Todas necessidades apontadas pelas áreas estão dispostas no Anexo I deste Plano, “Levantamento de necessidades de comunicação”. Cabe ressaltar que a ASCOM reconhece que a previsão de demandas de comunicação é algo fluido e que, como todo planejamento, pode sofrer atualizações. Por isso, ao longo de 2020, serão abertas janelas para edição das demandas, permitindo que as áreas solicitantes possam realizar as alterações que julgarem necessárias.

PROVÁVEIS JANELAS DE EDIÇÕES EM 2020	
1 ^a trimestre	27 a 31 de janeiro
2 ^o trimestre	23 a 31 de março
3 ^o trimestre	22 a 30 de junho
4 ^o trimestre	21 a 30 de setembro

3.3.2 - Priorização

As demandas apontadas pelas áreas foram analisadas pela ASCOM e priorizadas, conforme os objetivos e estratégias definidos para as ações de comunicação da Agência e conforme alinhamento com a estratégia da ANAC. Os dados levantados também foram utilizados para consolidar a previsão orçamentária de comunicação para 2020.

Dessa forma, a ASCOM definiu como prioritárias (Prioridade A) somente as ações alinhadas com os objetivos definidos neste Plano (conforme Anexo I). Em relação aos eventos, além da previsão no PCI, foram estabelecidos outros critérios que serão utilizados para priorização, conforme tabela seguir:

CRITÉRIOS	DESCRIÇÃO	NOTAS
A: Previsão do evento no Plano de Comunicação Institucional (PCI) da ASCOM (PESO: 30%)	Avalia se o evento solicitado pela área demandante consta do PCI da ASCOM	0 – O evento não consta do PCI e sua infraestrutura será contratada integralmente por meio do Contrato de Eventos. 50 – O evento não consta do PCI e sua infraestrutura será contratada parcialmente por meio do Contrato de Eventos. 75 – O evento não consta do PCI e requer somente força de trabalho da GTRP/ASCOM e/ou infraestrutura da ANAC. 100 – O evento consta no PCI.
B: Possível impacto nos processos de negócio ou projetos (Prioritários ou Estratégicos) da Agência (PESO: 20%)	Avalia se os temas abordados no evento estão relacionados a algum dos processos de negócio ou projetos da Agência e como a realização do evento contribui para a execução, melhoria ou conclusão desse processo.	0 – Não está relacionado a nenhum dos processos/projetos ou está relacionado a algum processo de negócio ou projetos da Agência, mas a realização do evento não contribui para sua execução ou aperfeiçoamento. 50 – Está relacionado a algum processo de negócio ou projetos e a realização do evento contribui, de maneira secundária, para execução do processo de negócio. 100 – Está relacionado a algum processo de negócio ou projetos e a realização do evento, além de ser parte da execução do processo, contribui, de maneira significativa, para sua melhoria e aperfeiçoamento.

<p>C: Possível impacto na agenda regulatória (PESO: 20%)</p>	<p>Avalia se a programação do evento está relacionada com a agenda regulatória atual ou possui potencial de impacto na agenda regulatória futura da Agência e se os assuntos abordados no evento contribuem para apreensão de melhores práticas ou internalização/atualização de requisitos.</p>	<p>0 – Não está relacionada a nenhum tema da agenda regulatória atual e não tem potencial de impacto na agenda regulatória futura.</p> <p>25 – Possui potencial de impacto na agenda regulatória futura, e a realização do evento contribui para a apreensão de melhores práticas.</p> <p>50 – Impacta a agenda regulatória atual, e a realização do evento contribui para a apreensão de melhores práticas.</p> <p>75 – Possui potencial de impacto na agenda regulatória futura e a realização do evento contribui para internalização/atualização de requisitos.</p> <p>100 – Impacta a agenda regulatória atual e a realização do evento contribui para internalização/atualização de requisitos.</p>
<p>D1: Possível impacto na imagem institucional da ANAC – Interna (PESO: 10%)</p>	<p>Avalia o impacto do evento sobre o público interno da Agência e se sua realização afeta ou não a imagem institucional interna.</p>	<p>0 – Não há nenhum impacto negativo sobre o público interno e nenhum prejuízo na imagem institucional interna.</p> <p>50 – Há impacto negativo sobre o público interno e não há prejuízo na imagem institucional interna.</p> <p>100 – Há impacto negativo sobre o público interno e prejuízo na imagem institucional interna.</p>
<p>D2: Possível impacto na imagem institucional da ANAC – Externa (PESO: 20%)</p>	<p>Avalia o impacto do evento sobre o público externo da Agência e se sua realização afeta ou não a imagem institucional externa.</p>	<p>0 – Não há nenhum impacto negativo sobre o público externo e nenhum prejuízo na imagem institucional externa.</p> <p>50 – Há impacto negativo sobre o público externo e não há prejuízo na imagem institucional externa.</p> <p>100 – Há impacto negativo sobre o público externo e prejuízo na imagem institucional externa.</p>

3.4 – Projetos

Os projetos prioritários em andamento no ano de 2020 terão suas ações de comunicação privilegiadas. Para isso, a ASCOM observará o ranking de priorização disponibilizado pela Superintendência De Planejamento Institucional.

3.5 – Iniciativas para fortalecimento da comunicação institucional

De forma a complementar às necessidades apontadas pelas unidades organizacionais, a ASCOM também identificou oportunidades para o aprimoramento da comunicação institucional, estabelecendo uma série de iniciativas próprias que serão exploradas nos itens a seguir. Em sua maioria, essas iniciativas são ações que buscam trazer algum tipo de inovação para a comunicação da Agência, seja estabelecendo novas formas de se comunicar, seja revendo e reformulando canais e meios para se aproximar dos diversos públicos da ANAC. A seguir, são detalhadas as ações propostas:

Encontro com assessorias de comunicação

Encontro para troca de experiência com as demais Assessorias de Comunicação de agências reguladoras ou empresas e instituições que trabalham com aviação.

Manuais de redação e boas práticas

Com o objetivo de padronizar a linguagem, em 2020 será desenvolvido o Manual de Redação da ASCOM.

Ações de relacionamento

Realizar ações de relacionamento com os jornais O Globo, Valor Econômico e BandNews.

Prestação de serviços

Desburocratizar e aprimorar a prestação de serviços por meio da adesão ao Portal Único de Serviços da ANAC e atualização das informações sobre os serviços prestados pela ASCOM na Intranet.

Treinamento e atualização de informações para porta-vozes

- Dar continuidade ao treinamento para porta-vozes (Media Training) e realizar reunião interna de nivelamento para repasse das regras internas e serviços de assessoramento prestados pela ASCOM.
- Produzir, em conjunto com a SPI, handbook com dados genéricos para porta-vozes.
- Criar e atualizar “Banco de respostas recorrentes” para consulta por porta-vozes.

3.6 - Ações e estratégias para a comunicação do PSOE-ANAC

A partir de julho de 2017, a ANAC incluiu a Implementação do Programa de Segurança Operacional Específico da ANAC (PSOE-ANAC) em sua Carteira de Projetos Prioritários. A ação tem o objetivo de desenvolver a estrutura e os processos necessários para alcançar, de forma plena, a implementação do PSOE na Agência e, assim, contribuir para que a ANAC se torne referência na gestão da segurança operacional.

A necessidade de priorização dessas ações foi apontada conjuntamente pelos titulares das unidades organizacionais e ratificada pela Diretoria Colegiada. Os 12 projetos que integram o Programa de Implementação do PSOE envolvem a atuação de diversas áreas da Agência e preveem a entrega de 50 produtos até o ano de 2022.

As ações de comunicação relacionadas ao PSOE-ANAC foram tratadas no Anexo II deste Plano.

4 - Recursos

Para concretizar as ações previstas neste Plano de Comunicação Institucional, é indispensável que existam recursos orçamentários disponíveis e força de trabalho, nesta Assessoria, capacitada e em quantidade suficiente para a execução do Plano pela ASCOM. As necessidades de recursos

orçamentários para 2020 estão previstas no planejamento anual conduzido pela SPI.

4.1 - Recursos Humanos

Atualmente, a força de trabalho da ASCOM conta com 20 colaboradores, incluindo terceirizados. Desses, apenas 6 são servidores efetivos do quadro da ANAC. Há um empregado público requisitado. O restante da força de trabalho da Assessoria é composto por nomeados em cargos comissionados sem vínculo. Em 7 de fevereiro de 2019, entrou em vigor a nova estrutura regimental da ASCOM, que, apesar de trazer uma organização mais horizontalizada e promover a valorização dos servidores efetivos, não resultou na ampliação da mão-de-obra disponível.

Ressalta-se que está prevista para ocorrer em breve a movimentação para compor força de trabalho, conforme Portaria nº 193, de 03 de julho de 2018, e que a ASCOM busca 3 servidores para fortalecer o seu quadro de pessoal. Está prevista ainda a contratação de uma empresa para prestação de serviços de apoio de comunicação. A contratação já foi aprovada pela Diretoria Colegiada e tem como objetivo prover à ASCOM produtos de comunicação de relativa complexidade, como pesquisas de percepção de imagem, mapa de influenciadores digitais, monitoramento de conteúdo em redes sociais, tradução de textos para o idioma Inglês, além de reforço para o atendimento de demandas gráficas.

Como forma de atualizar a equipe e buscar maneiras e ferramentas que estimulem a busca por soluções inovadoras para a comunicação da Agência, também foi prevista a participação dos servidores em uma série de cursos e eventos de capacitação, conforme Plano Nacional de Desenvolvimento de Pessoas.

4.2 - Recursos tecnológicos

Para a efetiva execução das ações e iniciativas prevista neste Plano de Comunicação Institucional, é indispensável que a ASCOM, além de mão-de-obra especializada, capacitada e em quantidade suficiente, possua também acesso a ferramentas e softwares para o desenvolvimento dessas ações.

a) Aquisição e contratação de ferramentas tecnológicas (hardwares e softwares):

Renovação do Pacote Adobe Creative Cloud e contratação da ferramenta para criação de vídeos PowToon. Orçamento para essas demandas está previsto no Plano Diretor de Tecnologia da Informação (PDTI) da Superintendência de Tecnologia da Informação (STI).

Finalização de troca de computadores para máquinas de alto desempenho.

b) Migração da intranet para a plataforma Zope-Plone.

Prestação do serviço por parte da STI.

c) Adesão ao Portal de Serviços

No final de 2019, a ASCOM realizou o processo de levantamento de requisitos para adesão ao portal de serviços. A plataforma será utilizada para recebimento de solicitação de demandas de comunicação.

d) Migração do site para a plataforma gov.br

Segundo previsão do Decreto n.º 9,759, de 11 de abril de 2019, a ANAC deverá realizar até dia 31/12/2020 adesão à plataforma gov.br.

5 - Mensuração de resultados

Para que a execução deste Plano de Comunicação Institucional possa ser acompanhada e monitorada, foram definidos indicadores com o objetivo de mensurar a capacidade produtiva desta Assessoria, bem como de demonstrar a eficiência e eficácia das ações de comunicação a partir de aferições quanto à pontualidade, à qualidade e à satisfação dos clientes. Dessa forma, o levantamento de informações para essa aferição deverá levar em consideração 4 fatores: produção, pontualidade, resultados/impactos e satisfação.

Produção

Indicador quantitativo que irá mensurar o número de produtos e serviços prestados pela ASCOM no intuito de acompanhar o volume de produção da equipe. Para sua mensuração, devem ser contabilizados todos os produtos e serviços prestados em um determinado período a fim de, com a série histórica, obter a variação do volume de trabalho. Os números gerados irão refletir o fluxo de atividades desta Assessoria sem, no entanto, refletir eventuais avaliações sobre a qualidade e a satisfação com os serviços prestados (itens que serão aferidos nos indicadores seguintes).

Pontualidade

Indicador quantitativo, indicado em percentual, que irá analisar se o atendimento de demandas da ASCOM atende aos parâmetros de pontualidade. Esse indicador permitirá à ASCOM identificar pontos falhos e buscar eventuais oportunidades de melhoria. Para seu cálculo, deverão ser consideradas as SLAs das solicitações de serviços de Comunicação feitas por meio do portal de serviços.

Resultados e impacto

Indicadores quantitativos e qualitativos que buscam sinalizar os resultados e o impacto dos produtos e serviços prestados pela ASCOM junto a seus públicos. Para sua definição, serão aferidos os quantitativos de visualizações dos conteúdos veiculados pela Agência. Adicionalmente, o impacto à imagem da Agência será aferido a partir da análise de conteúdo de matérias veiculadas na imprensa.

Satisfação

Indicadores qualitativos e quantitativos obtidos por meio de pesquisas junto aos clientes dos produtos e serviços da ASCOM, com dados apurados em períodos determinados. A apuração de dados quantitativos será feita por meio do Portal de Serviços e dos serviços disponíveis nessa plataforma, além da Pesquisa da Carta de Serviços Interna da SPI. O objetivo deste indicador é fornecer feedback sobre as ações realizadas por esta Assessoria a fim de identificar e corrigir falhas e buscar oportunidades de melhoria.

Pesquisa de Opinião Pública

Como citado no item 3.2.1, também está prevista aplicação de ampla pesquisa de opinião pública trienal com públicos de interesse da Agência e alteração na Pesquisa de Atendimento aplicada pela Ouvidoria. Com os insumos serão iniciadas ações estratégicas de comunicação com os públicos no PCI 2020 e nas atualizações seguintes do Plano até 2022. A pesquisa deverá ser novamente aplicada em 2023 para aferir a efetividade das ações de comunicação realizadas no triênio.



Plano de
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL**
2020

Levantamento de necessidades de comunicação para 2020

Nome	Tipo	UORG	Prioridade	Solicitação
Plano de Gestão Anual 2020 (PGA)	Peças de Comunicação	SPI	A	Janeiro
Plano de Atuação Internacional - PAI 2020	Peças de Comunicação	ASINT	A	Janeiro
Cartaz com a nova Identidade Estratégica da ANAC	Peças de Comunicação	SPI	A	Janeiro
Banner com o novo Mapa Estratégico da ANAC	Peças de Comunicação	SPI	A	Janeiro
Protocolo Eletrônico	Peças de Comunicação	SAF	A	Janeiro
Folder de divulgação do novo Mapa Estratégico	Peças de Comunicação	SPI	A	Janeiro
Planejamento Estratégico 2020 - 2026	Peças de Comunicação	SPI	A	Janeiro
Criação da página do CPD - Comitê Permanente de Desburocratização da ANAC	Páginas Eletrônicas	OUV	A	Janeiro
Página eletrônica para divulgação de indicadores	Páginas Eletrônicas	SRA	A	Janeiro
Intranet SRA	Páginas Eletrônicas	SRA	B	Janeiro
Audiência pública para tema 24da Agenda Regulatória.	Eventos	SRA	A	Janeiro
Conferência Nacional de Slots (SCB)	Eventos	SAS	A	Janeiro
Divulgação do Plano Estratégico 2020 - 2026	Outros	SPI	A	Janeiro
Reforço da CHT Digital	Outros	ASCOM	A	Janeiro
Aplicação da identidade visual da ANAC no Centro de Treinamento da ANAC	Outros	SGP	A	Janeiro
Manual de Fatores Humanos para Agentes de Proteção em Canais de Inspeção de Segurança	Peças de Comunicação	SIA	A	Fevereiro
Exames Médicos Periódicos	Peças de Comunicação	SGP	A	Fevereiro
Relatório do segundo semestre de 2019, da Ouvidoria	Peças de Comunicação	OUV	A	Fevereiro
Adesivo para sala de reunião	Peças de Comunicação	SAS	B	Fevereiro
Material de Orientação ao Regulado - Manutenção Aeroportuária	Peças de Comunicação	SIA	B	Fevereiro
Revista Conexão Internacional - 1º semestre	Peças de Comunicação	ASINT	B	Fevereiro
Guia de Participação Social	Peças de Comunicação	SPI	A	Fevereiro
Manual de orientações sobre tratamento à passageiros indisciplinados.	Peças de Comunicação	SIA	A	Fevereiro
Manual sobre o Sistema de Gestão de Riscos	Peças de Comunicação	SPI	A	Fevereiro
Folder de divulgação Semana Safety	Peças de Comunicação	ASSOP	B	Fevereiro
Reformulação do Portal de Segurança Operacional da ANAC	Páginas Eletrônicas	ASSOP	A	Fevereiro
Planejamento Estratégico	Páginas Eletrônicas	SPI	A	Fevereiro

Exames Médicos Periódicos	Páginas Eletrônicas	SGP	A	Fevereiro
Carta de serviços ao cidadão	Páginas Eletrônicas	SPI	A	Fevereiro
Divulgação do Planejamento Estratégico 2020 - 2026 na sede	Eventos	SPI	A	Fevereiro
Divulgação do Planejamento Estratégico 2020 - 2026 na regional do Rio de Janeiro	Eventos	SPI	A	Fevereiro
Divulgação do Planejamento Estratégico 2020 - 2026 na regional de São Paulo	Eventos	SPI	A	Fevereiro
Papo Internacional	Eventos	ASINT	A	Fevereiro
Divulgação do Planejamento Estratégico 2020 - 2026 na regional de São José dos Campos	Eventos	SPI	A	Fevereiro
11ª Reunião da CAACL	Eventos	ASINT	A	Fevereiro
Informativo de Segurança Operacional (ISO) - Público Externo	Peças de Comunicação	ASSOP	A	Março
Manual da metodologia de reporte padronizado de condição de pista	Peças de Comunicação	SIA	A	Março
Relatório de gestão da Ouvidoria	Peças de Comunicação	OUV	A	Março
Relatório de Gestão 2019	Peças de Comunicação	SPI	A	Março
Informativo de Segurança Operacional (ISO) - Público Interno	Peças de Comunicação	ASSOP	A	Março
Manual com orientações para cumprimento pleno da norma AVSEC - 2020	Peças de Comunicação	SIA	A	Março
Relatório de Pontualidade e Regularidade do Transporte Aéreo regular de Passageiros - 1º TRI	Peças de Comunicação	SAS	A	Março
Brochuras para o BGAST	Peças de Comunicação	SAR	B	Março
Cartaz - Evento da Comunidade de Gerenciamento de Projetos	Peças de Comunicação	SPI	B	Março
Guia de AIR	Peças de Comunicação	SPI	A	Março
Folder de Participação Social	Peças de Comunicação	SPI	B	Março
Cartilha sobre certificação de peças aeronáuticas	Peças de Comunicação	SAR	B	Março
Boletim de Monitoramento do Consumidor.gov.br - 1º TRI	Peças de Comunicação	SAS	A	Março
Aerodesporto em foco	Peças de Comunicação	SFI	B	Março
Ação Fiscal - página setorial	Páginas Eletrônicas	SFI	B	Março
Hotsite Página de Passageiro no site ANAC	Páginas Eletrônicas	SAS	A	Março
Consulta Interativa das Reclamações do Consumidor.gov.br	Páginas Eletrônicas	SAS	A	Março
Consulta Interativa da Pontualidade e Regularidade do Transporte Aéreo regular de Passageiros	Páginas Eletrônicas	SAS	A	Março
Desempenho Institucional da ANAC	Páginas Eletrônicas	SPI	A	Março
Consulta Interativa do Transporte Aéreo de PNAE	Páginas Eletrônicas	SAS	A	Março

Concurso Projeto Destaque 2019	Eventos	SPI	B	Março
Treinamento das OMAs no MAG da EASA	Eventos	SAR	A	Março
Treinamento das OMAs no MAG da EASA	Eventos	SAR	A	Março
Lançamento SISCEP	Eventos	SPO	A	Março
WORKSHOP PARA OPERADORES AÉREOS	Eventos	SIA	A	Março
Workshop de ruído aeronáutico	Eventos	SIA	A	Março
SEMANA SAFETY - Rio de Janeiro	Eventos	ASSOP	A	Março
Dia da Mulher	Eventos	SGP	A	Março
8º Encontro da Comunidade de Gerenciamento de Projetos	Eventos	SPI	B	Março
Treinamento das OMAs no MAG da EASA	Eventos	SAR	A	Março
IOEPB working group meeting #9	Eventos	SPO	B	Março
Treinamento das OMAs no MIP/MAG do FAA	Eventos	SAR	A	Março
Treinamento das OMAs no MIP/MAG do FAA	Eventos	SAR	A	Março
Evento de inauguração do Centro Regional de Excelência TRAINAIR PLUS ANAC 2018	Eventos	Gerente de Projeto	A	Março
Treinamento das OMAs no MIP/MAG do FAA	Eventos	SAR	A	Março
2º Evento sobre Fornecimento de Combustíveis de Aviação	Eventos	SRA	B	Março
Evento de comemoração ao aniversário da ANAC	Eventos	ASCOM	A	Março
Tomada de subsídios sobre Revisão do RBAC 65	Eventos	SAR	A	Março
Reunião do Conselho Consultivo	Eventos	ASTEC	B	Março
1 Vídeo promocional de Segurança Operacional	Outros	ASSOP	A	Março
Indicadores de qualidade de aeroportos concedidos	Outros	ASCOM	A	Março
Projeto Aeródromo Sustentável	Outros	ASINT	A	Março
Aplicação de exames teóricos por entidade contratada	Outros	Gerente de Projeto	A	Março
Divulgação inauguração do Centro Regional de Excelência TRAINAIR PLUS ANAC 2018	Outros	Gerente de Projeto	A	Março
Nova identidade visual da SEMANA SAFETY	Outros	ASSOP	B	Março

Campanha 200 em 20	Outros	ASCOM	B	Março
Video Institucional sobre Certificação de Produtos	Outros	SAR	A	Março
Segurança da informação e comunicações	Outros	SAF	A	Março
Relatório de Atividades 2019	Peças de Comunicação	SPI	A	Abril
Projeto Diagramação Guia sobre os Programas de Instrução	Peças de Comunicação	SPO	A	Abril
Material didático - Manual de avaliação de risco da fauna	Peças de Comunicação	SIA	B	Abril
Plano Tático da ANAC	Peças de Comunicação	SPI	A	Abril
Gestão de Riscos	Páginas Eletrônicas	SPI	A	Abril
Reformulação da página Alerta de Voo - Tipos de Operações e DIVOP	Páginas Eletrônicas	ASSOP	A	Abril
Gestão do conhecimento documental	Páginas Eletrônicas	SAF	A	Abril
Workshop sobre aeronaves não tripuladas	Eventos	SAR	A	Abril
Por Dentro das Normas - Papel da ANAC nas relações de consumo	Eventos	ASCOM	A	Abril
Aerodesporto legal	Eventos	SFI	A	Abril
Workshop: Resolução n° 400 e Resolução n° 280 - regulados	Eventos	SAS	A	Abril
WOCAP - Encontro de Fomento à Certificação de Aviação Civil	Eventos	SAR	A	Abril
Competição SAE BRASIL AeroDesign	Eventos	SAR	A	Abril
SEMANA SAFETY – Belo Horizonte	Eventos	ASSOP	A	Abril
3° Fórum Técnico de Obras	Eventos	SIA	A	Abril
Estudo sobre os requisitos de revisão geral de motores aeronáuticos	Eventos	SAR	A	Abril
Webnário GTOF/SPO	Eventos	SPO	A	Abril
Divulgação do Plano Tático da ANAC	Outros	SPI	A	Abril
Cartilha Informativa sobre IN de Serviços	Peças de Comunicação	OUV	A	Maio
Material de Orientação ao Regulado - Operações Aeroportuárias	Peças de Comunicação	SIA	B	Maio
Reformulação da Página da ASINT na Internet	Páginas Eletrônicas	ASINT	B	Maio
Site de Qualidade Normativa	Páginas Eletrônicas	SPI	A	Maio
Workshop: Características do Transporte Aéreo - órgão do SNDC DF	Eventos	SAS	A	Maio
Reunião Participativa com regulado	Eventos	SPO	A	Maio
SEMANA SAFETY – Fortaleza	Eventos	ASSOP	A	Maio
WORKSHOP PARA CENTROS DE INSTRUÇÃO AVSEC	Eventos	SIA	A	Maio
Jornada Safety	Eventos	SIA	A	Maio
SAERTEC (Processo de Certificação de OM)	Eventos	SAR	A	Maio

Audiência pública para tema 25 da Agenda Regulatória.	Eventos	SRA	A	Maio
Resolução ANAC nº 372/2015	Eventos	SRA	A	Maio
Audiência pública para tema 22 da Agenda Regulatória.	Eventos	SRA	A	Maio
SAERTEC (inclui Aeroagrícola)	Eventos	SAR	A	Maio
Workshop sobre certificação de peças aeronáuticas	Eventos	SAR	A	Maio
Qualidade Normativa em Foco	Eventos	SPI	A	Maio
1 Vídeo promocional de Segurança Operacional	Outros	ASSOP	A	Maio
O que você faz sobre ação de simplificação e desburocratização	Outros	ASCOM	A	Maio
Campanha de Vacinação	Outros	SGP	B	Maio
Divulgação do programa de certificação em gerenciamento de projetos	Outros	SPI	B	Maio
Campanha do Agasalho	Outros	SGP	B	Maio
Boletim de Monitoramento do Consumidor.gov.br - 2º TRI	Peças de Comunicação	SAS	A	Junho
Material de Orientação ao Regulado - Safety	Peças de Comunicação	SIA	B	Junho
Manual de Avaliação de Risco AVSEC	Peças de Comunicação	SIA	A	Junho
Relatório de Pontualidade e Regularidade do Transporte Aéreo regular de Passageiros - 2º TRI	Peças de Comunicação	SAS	A	Junho
Revisão Página Comunidade de Gerenciamento de Projetos - ANAC	Páginas Eletrônicas	SPI	B	Junho
Página Safety - Tradução para inglês e espanhol	Páginas Eletrônicas	ASSOP	A	Junho
Drone Show	Eventos	ASCOM	A	Junho
Estudo sobre os requisitos de gravador de dados de cabine (FDR)	Eventos	SAR	A	Junho
Estudo sobre prático em Manutenção Aeronáutica (Repairman)	Eventos	SAR	A	Junho
SEMANA SAFETY – São Paulo	Eventos	ASSOP	A	Junho
Reunião do Conselho Consultivo	Eventos	ASTECC	B	Junho
Workshop: Características do Transporte Aéreo - órgão do SNDC SP	Eventos	SAS	A	Junho
Por Dentro das Normas	Eventos	ASCOM	A	Junho
Consultation	Eventos	SRA	B	Junho
Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei 13.709/2018)	Outros	SAF	A	Junho
Relatório Anual do Programa Universal de Auditoria da Supervisão da Segurança Operacional - USOAP	Peças de Comunicação	ASSOP	A	Julho
Manual sobre o Programa de Gestão de Desempenho Individual e Institucional	Peças de Comunicação	SPI	A	Julho
Banners - Nova Cadeia de Valor	Peças de Comunicação	SPI	A	Julho

Relatório Anual de Segurança Operacional (RASO)	Peças de Comunicação	ASSOP	A	Julho
Reformulação do conteúdo relacionado ao Escritório de Processos na Intranet.	Páginas Eletrônicas	SPI	B	Julho
SINDAG	Eventos	ASCOM	A	Julho
Audiência Pública para tema 21 da Agenda Regulatória.	Eventos	SRA	A	Julho
Workshop de gerenciamento do risco da fauna	Eventos	SIA	B	Julho
CURSO AVSEC - OPERADOR DE AERÓDROMO E OPERADOR AÉREO	Eventos	SIA	A	Julho
Webnário GTOF/SPO	Eventos	SPO	A	Julho
Webnário GTOF/SPO	Eventos	SPO	A	Julho
Divulgação aberta sobre novo SISCEP	Outros	Gerente de Projeto	A	Julho
Campanha Não é Legal	Outros	ASCOM	A	Julho
Eventual divulgação de estudos do tema 28 da Agenda Regulatória (slots)	Outros	SAS	A	Julho
Notoc - blockchain	Outros	STI	A	Julho
Sistema Loadsheet - Blockchain	Outros	STI	A	Julho
Inventário de Emissões Atmosféricas da Aviação Civil Brasileira - 2020	Peças de Comunicação	ASINT	A	Agosto
Material didático - SGSO para Provedores de Serviços	Peças de Comunicação	SIA	B	Agosto
Revista Conexão Internacional - 2º semestre	Peças de Comunicação	ASINT	B	Agosto
Relatório do primeiro semestre de 2020, da Ouvidoria	Peças de Comunicação	OUV	A	Agosto
Página eletrônica específica para esclarecimentos sobre o edital de licitação da 6ª rodada de concessão aeroportuária	Páginas Eletrônicas	SRA	A	Agosto
Hotsite para 6ª rodada de concessões aeroportuárias	Páginas Eletrônicas	SRA	A	Agosto
SEMANA SAFETY – Manaus	Eventos	ASSOP	A	Agosto
Workshop de Segurança Aeroportuária	Eventos	SIA	A	Agosto
2º Workshop de pavimentos aeroportuários	Eventos	SIA	A	Agosto
Por Dentro das Normas sobre certificação de pessoal	Eventos	ASCOM	A	Agosto
Labace	Eventos	ASCOM	A	Agosto
Workshop de boas práticas na utilização e eficiência da infraestrutura aeroportuária	Eventos	SRA	B	Agosto
Visita Técnica guiada com órgãos SNDC - aeroportos e empresas aéreas	Eventos	SAS	A	Agosto
Visita Técnica guiada com órgãos SNDC - aeroportos e empresas aéreas	Eventos	SAS	A	Agosto
Visita Técnica guiada com órgãos SNDC - aeroportos e empresas aéreas	Eventos	SAS	A	Agosto

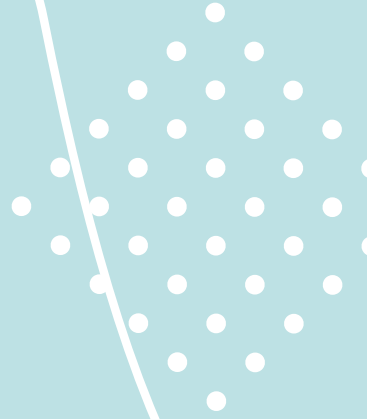
Visita Técnica guiada com órgãos SNDC - aeroportos e empresas aéreas	Eventos	SAS	A	Agosto
Conferência Nacional de Slots (SCB)	Eventos	SAS	A	Agosto
Workshop: Características do Transporte Aéreo - órgão do SNDC GO	Eventos	SAS	A	Agosto
Divulgação do Programa de Gestão de Desempenho Individual e Institucional	Outros	SPI	A	Agosto
Divulgação de Relatório de acompanhamento da LAI	Outros	OUV	B	Agosto
Divulgação de Relatório de monitoramento do Plano de Dados Abertos	Outros	OUV	B	Agosto
1 Vídeo promocional de Segurança Operacional	Outros	ASSOP	B	Agosto
Boletim de Monitoramento do Consumidor.gov.br - 3º TRI	Peças de Comunicação	SAS	A	Setembro
Material de Orientação ao Regulado - Compêndio de Normas e Orientações de AVSEC	Peças de Comunicação	SIA	A	Setembro
Relatório de Pontualidade e Regularidade do Transporte Aéreo regular de Passageiros - 3º TRI	Peças de Comunicação	SAS	A	Setembro
Página eletrônica específica para esclarecimentos sobre o edital de relicitação	Páginas Eletrônicas	SRA	A	Setembro
Hotsite para relicitação de Viracopos	Páginas Eletrônicas	SRA	A	Setembro
Revisão da página de Integridade	Páginas Eletrônicas	SPI	A	Setembro
Sessões Públicas da Agenda Regulatória	Eventos	SPI	A	Setembro
Workshop: Características do Transporte Aéreo - órgão do SNDC RJ	Eventos	SAS	A	Setembro
Workshop de atualização de norma security	Eventos	SIA	B	Setembro
SAERTEC (RBAC 90)	Eventos	SAR	A	Setembro
Integridade	Eventos	SPI	A	Setembro
Evento interno - Troca e o compartilhamento de informações e experiências sobre Segurança Operacional	Eventos	ASSOP	A	Setembro
Workshop de helipontos	Eventos	SIA	B	Setembro
Consultation	Eventos	SRA	A	Setembro
Estudo sobre a simplificação do modelo de certificação e supervisão da capacidade de manutenção de empresas aéreas operando sob o RBAC 121 e 135	Eventos	SAR	A	Setembro
SEMANA SAFETY – Curitiba	Eventos	ASSOP	A	Setembro
Campanha de Doação de Brinquedos	Outros	SGP	B	Setembro
Divulgação do Plano de Gestão Anual 2021 (PGA)	Outros	SPI	A	Setembro
Especialista responde em Podcast	Outros	ASCOM	A	Setembro
O que posso transportar	Peças de Comunicação	SPO	A	Outubro

Diagramação e Impressões da Metodologia de Gerenciamento de Projetos da ANAC	Peças de Comunicação	SPI	B	Outubro
Reunião Participativa com regulado	Eventos	SPO	A	Outubro
9º Encontro da Comunidade de Gerenciamento de Projetos	Eventos	SPI	B	Outubro
SEMANA SAFETY – Cuiabá	Eventos	ASSOP	A	Outubro
Workshop das Agências Reguladoras Federais sobre Processo Sancionador	Eventos	ASJIN	A	Outubro
Webnário GTOF/SPO	Eventos	SPO	B	Outubro
Workshop de atualização de norma safety	Eventos	SIA	B	Outubro
Dia do Servidor	Eventos	SGP	A	Outubro
Jornada AVSEC	Eventos	SIA	A	Outubro
1 Vídeo promocional de Segurança Operacional	Outros	ASSOP	B	Outubro
Material de Orientação ao Regulado - Security	Peças de Comunicação	SIA	B	Novembro
Qualidade Normativa em Foco	Eventos	SPI	A	Novembro
Reunião do MDG/FESG/CAEP/ICAO	Eventos	ASINT	A	Novembro
SAERTEC (inclui Aeroagrícola)	Eventos	SAR	A	Novembro
Oficina de Planejamento PCI 2021	Eventos	ASCOM	A	Novembro
Reunião do WG3/CAEP/ICAO	Eventos	ASINT	A	Novembro
Evento anual sobre Gestão de Processos	Eventos	SPI	B	Novembro
Seminário de Atualização para Médicos Credenciados da ANAC - 2020	Eventos	SPO	A	Novembro
Diagramação Plano de Integridade	Peças de Comunicação	SPI	A	Dezembro
Relatório de Desempenho Institucional	Peças de Comunicação	SPI	A	Dezembro
Plano de Gestão Anual 2021 (PGA)	Peças de Comunicação	SPI	A	Dezembro
Boletim de Monitoramento do Consumidor.gov.br - 4º TRI	Peças de Comunicação	SAS	A	Dezembro
Relatório de Pontualidade e Regularidade do Transporte Aéreo regular de Passageiros - 4º TRI	Peças de Comunicação	SAS	A	Dezembro
Migração para o Gov.br	Páginas Eletrônicas	ASCOM	A	Dezembro
Prestação de contas e Festa de fim de ano	Eventos	ASCOM	A	Dezembro
Safety Management Summit Brazil (SMS)	Eventos	ASSOP	A	Dezembro
Sessão pública do Leilão 6ª rodada de concessão aeroportuária	Eventos	SRA	A	Dezembro
Reunião do WG da ICAO - ADOP/ADWG Projeto de Aeroportos	Eventos	SIA	A	Dezembro
RADAR Especial sobre 6ª Rodada de Concessões	Outros	ASCOM	A	Dezembro



Plano de
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL
2020**





ANEXO II

Ações e estratégias para comunicação
do PSOE-ANAC

A decorative graphic at the bottom of the page consisting of a white curved line and a shaded area filled with diagonal lines.

1.1 - Ações e estratégias para comunicação do PSOE-ANAC

Desde de julho de 2017, a ANAC incluiu a Implementação do Programa de Segurança Operacional Específico da ANAC (PSOE-ANAC) em sua Carteira de Projetos Prioritários. A ação tem o objetivo de desenvolver a estrutura e os processos necessários para alcançar, de forma plena, a implementação do PSOE na Agência e, assim, contribuir para que a ANAC se torne referência na gestão da segurança operacional.

A necessidade de priorização dessas ações foi apontada conjuntamente pelos titulares das unidades organizacionais e ratificada pela Diretoria Colegiada. Os 12 projetos que integram o Programa de Implementação do PSOE envolvem a atuação de diversas áreas da Agência e preveem a entrega de 50 produtos até o ano de 2022. Este Anexo, bem como suas ações e estratégias, é uma das entregas previstas pelo Projeto 3 do programa, intitulado “Promoção da Segurança Operacional”.

Em relação às ações de comunicação, o PSOE-ANAC possui os seguintes objetivos:

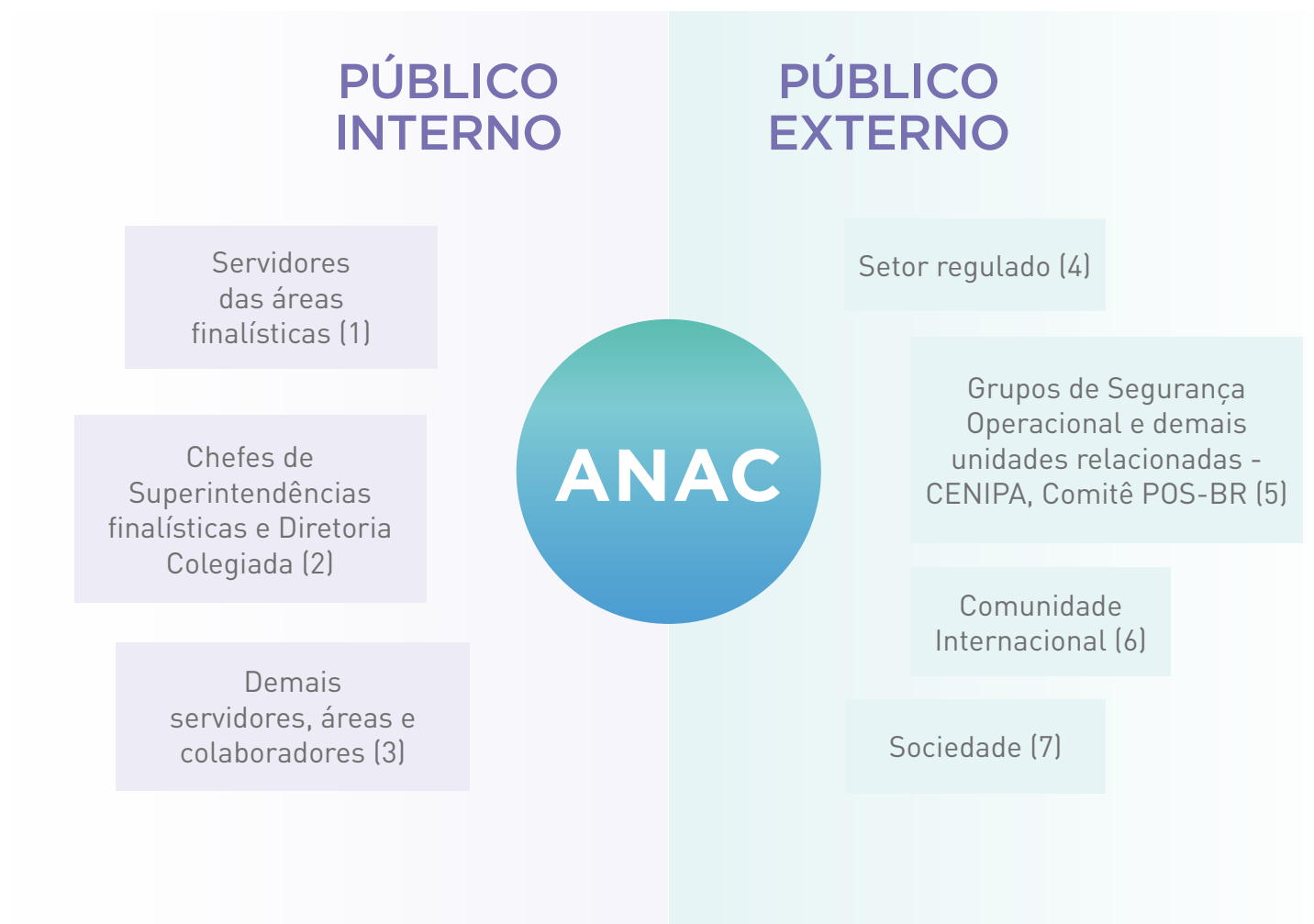
- Desenvolvimento e aprimoramento da cultura de segurança operacional.
- Conscientização das responsabilidades individuais em relação à segurança operacional.
- Criação de um ambiente não punitivo favorável a uma ampla troca de informações.
- Disseminação de boas práticas de segurança operacional.
- Divulgação de informações que visem facilitar a implementação e manutenção do PSOE-ANAC e do SGSO dos Provedores de Serviço de Aviação Civil (PSAC).

Para que esses objetivos sejam alcançados, é necessário o desenvolvimento de canais e de produtos que sejam capazes de disseminar informações e de incentivar o desenvolvimento da segurança operacional. Este Plano de Comunicação Institucional busca auxiliar as ações de comunicação relativas à segurança operacional a partir do mapeamento dos públicos, canais e produtos que podem ser considerados a fim de alcançar os objetivos mencionados.



1.1.1 - Mapeamento de públicos de interesse

Dentre os públicos de interesse já relacionados no item 2.3 do Plano de Comunicação Institucional, é importante ressaltar que alguns segmentos merecem prioridade nas hipóteses em que a comunicação apresentar conteúdo relacionado à segurança operacional, total ou parcialmente. O mapeamento dos públicos de interesse está representado na Figura a seguir.



Público interno

(1) Servidores das áreas finalísticas: esse público deve ser informado de maneira ampla e direta, pois exerce funções diretamente relacionadas à segurança operacional. Devem também ter a possibilidade de compartilhar informações relacionadas às suas atividades.

(2) Chefes de superintendências finalísticas e Diretoria Colegiada: devem ser diretamente informados sobre situações de segurança operacional.

(3) Demais servidores, áreas e colaboradores: o público interno deve ser sensibilizado sobre a importância da segurança operacional e como o seu trabalho pode afetá-la.

Público externo

(4) Setor regulado: público especializado e amplo. O fluxo de informação com este público deve ser constante, atualizado e dinâmico.

(5) Grupos de Segurança Operacional e demais unidades relacionadas: público de interesse que necessita de compartilhamento direto de dados. Integram esse público órgãos como o Centro de Investigação e Prevenção de Acidentes Aeronáuticos (CENIPA) e o Comitê PSO-BR. Ressalta-se que o Comitê PSO-BR e o Grupo Brasileiro de Segurança Operacional (BAST) contam com integrantes da ANAC em sua composição.

(6) Comunidade internacional: nessa categoria estão incluídos os organismos internacionais e as autoridades de aviação civil estrangeiras internacionais, que demandam da Agência informação disponibilizada em língua estrangeira.

(7) Sociedade: usuários do transporte aéreo e membros da sociedade em geral que desejam se informar sobre a segurança operacional da aviação.

1.1.2 - Canais e produtos de comunicação da segurança de operacional

Para disseminação de boas práticas e demais comunicados relacionados à segurança operacional, a ANAC deve utilizar canais que apresentem bom alcance e transmitam suas mensagens de maneira eficiente, além de garantir que a informação esteja disponível e possa ser intuitivamente localizada pelos interessados. Dentre os principais meios para propagação da informação, merecem destaque os canais virtuais e a realização de eventos presenciais, bem como as publicações destinadas a públicos específicos.

Nos próximos itens encontram-se descritos os principais produtos e canais para a promoção e divulgação de informações, de melhores práticas e de comunicados relacionadas à segurança operacional:

Página de Segurança Operacional

Estruturada em forma de um portal, a [página “Segurança Operacional”](#) (clique no link para acessar) concentra todo o conteúdo da ANAC relacionado à segurança operacional. Nela estão presentes a legislação relacionada, informações sobre os Grupos Brasileiros de Segurança Operacional e arquivos para download do Programa Brasileiro para a Segurança Operacional da Aviação Civil (PSO-BR) e do PSOE-ANAC. Já o espaço “Biblioteca *Safety*” – contém cartilhas, relatórios, guias, manuais e outras publicações que tratam da segurança operacional na aviação civil.

Informativo de Segurança Operacional (ISO)

Canal interno criado para a divulgação de informações relacionadas especificamente à segurança operacional. Seu formato foi elaborado considerando a necessidade de disseminar a cultura e o conhecimento sobre o tema entre as áreas finalísticas da Agência. Nele, são apresentadas matérias, análises de relatórios de investigação de incidentes e acidentes aeronáuticos, artigos científicos e dados estatísticos sobre segurança operacional. O espaço também pode conter conteúdo original (produzido por servidores da Agência) ou de terceiros (em língua portuguesa, inglesa ou em espanhol, eventualmente).

Informativo de segurança operacional para público externo

Ainda sem nome definido, esse informativo terá como objetivo disseminar informações e conteúdo relacionado exclusivamente à segurança operacional, incluindo as melhores práticas observadas sobre o tema em âmbito nacional e internacional. O material será direcionado a regulados e poderá incluir dados além da programação de eventos voltados à segurança operacional promovidos pela ANAC.

Evento para público interno

Para o ano de 2020, está prevista a criação de um evento voltado aos servidores da Agência com foco na troca de experiência e no compartilhamento de informações sobre segurança operacional.

Semana *Safety*

Atualmente o maior evento da Agência voltado à promoção da segurança operacional, a *Semana Safety* unifica as diversas ações da ANAC sobre o tema em um único espaço. O evento é itinerante e tem sua programação organizada na forma de painéis, fato que possibilita às áreas técnicas aderir (ou não) a cada edição do evento considerando, separadamente, seu público de interesse naquela região. A *Semana Safety* conta com a participação das Superintendências de Aeronavegabilidade (SAR), de Padrões Operacionais (SPO) e de Infraestrutura Aeroportuária (SIA).

Safety Management Summit (SMS Brazil)

Promovido pela ANAC em parceria com o Departamento de Controle do Espaço Aéreo (DECEA), o *Safety Management Summit* é um evento que reúne representantes nacionais e estrangeiros de empresas aéreas, da indústria aeronáutica, operadores de aeródromos e outros profissionais da aviação civil e da imprensa especializada para discutir temas relacionados à segurança operacional. O evento tem duração de dois dias e é realizado desde 2016.

Página *Safety*

Versão em língua estrangeira da página de segurança operacional, em constante atualização. Nela, a ANAC pretende divulgar materiais que auxiliem na disseminação da cultura de segurança operacional em outros idiomas. Seu conteúdo tem como foco a comunidade internacional. Atualmente, a página está disponível em Inglês pelo endereço <https://www.anac.gov.br/en/safety/>.

Redes sociais

Atuação nas redes sociais para a disseminação de conteúdo referente a Segurança Operacional. A ANAC também considera sua presença nas redes sociais como espaço para isseminação de conteúdo relacionado à segurança operacional junto ao grande público. Atualmente, a Agência já está presente no YouTube, no Facebook e no LinkedIn, com compartilhamento de conteúdo em geral. Futuramente, há previsão de criação de um canal pelo aplicativo Telegram para tratar especificamente de temas afetos à segurança operacional.

1.1.3 - PSOE: meios indicados para divulgação e disseminação de conteúdo

O mapeamento específico de públicos, canais e produtos desenvolvidos ou em desenvolvimento na Agência tem como objetivo definir os meios mais adequados para divulgação e disseminação de informações sobre segurança operacional. Dessa forma, a Tabela 3 elenca os públicos de interesse prioritários para cada produto ou canal descrito no item anterior.

Ressalta-se, no entanto, que o quadro pretende apenas definir quais produtos e canais devem ser preferencialmente utilizados para tratar de conteúdo relacionado à segurança operacional. Dessa forma, outros produtos e canais mencionados neste Plano (vide itens 2.4 e 2.5) podem – e devem – ser utilizados para disseminação de conteúdo. Além disso, ações já desenvolvidas por áreas específicas podem ser continuadas ou incorporadas às previstas neste Plano. Produtos e ações não relacionados anteriormente também poderão ser criados e utilizados a fim de aprimorar e de desenvolver a cultura de segurança operacional. Por fim, salienta-se que novos produtos deverão ser disponibilizados por meio dos canais já existentes.

Tabela 3 – Públicos de interesse para ações de segurança operacional

Canal / Produto	Público de interesse
Página de Segurança Operacional	- Público interno e externo
Canal interno	- Servidores das áreas finalísticas - Chefes de Superintendências finalísticas e Diretoria colegiada
Evento interno	- Público interno
Canal externo	- Setor regulado
Relatório Anual de Segurança Operacional (RASO)	- Grupos de Segurança Operacional e demais unidades relacionadas
Semana <i>Safety</i>	- Setor regulado
<i>Safety</i> Management Summit (SMS Brazil)	- Setor regulado - Grupos de Segurança Operacional e demais unidades relacionadas - Comunidade internacional
Página <i>Safety</i> – Site em língua estrangeira	- Comunidade internacional



ANAC

AGÊNCIA NACIONAL
DE AVIAÇÃO CIVIL

