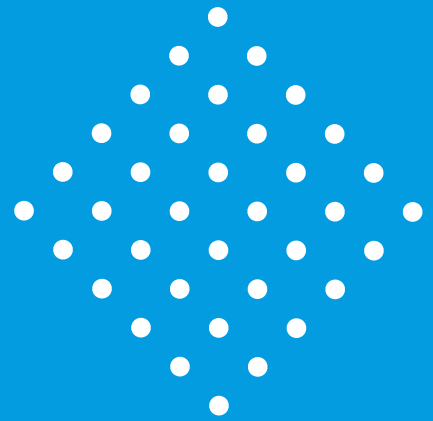


Plano de
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL**
2026



Plano de
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL
2026**

SUMÁRIO

Resumo Executivo	4
1. Apresentação	5
2. Como funciona a Comunicação Institucional na Anac	7
3. Objetivos da Ascom	7
4. Indicadores e mensuração de resultados	8
5. Públicos	9
5.1. Público interno	9
5.2. Público externo	9
6. Táticas e Ações	10
7. Eixos Estratégicos de Comunicação	11
7.1.1. Asas para Todos	11
7.1.2. Pessoas	11
7.1.3. Processos Internos	12
7.1.4. Regulados	13
7.1.5. Reputação institucional	14
7.1.6. Segurança	14
8. Priorização de demandas	15
8.1. Classificação de prioridades	16
9. Diretrizes de comunicação	17
9.1. Limites de atuação	17
9.2. Pontos focais	17
9.3. Prazos	17
10. Comunicação interna	18
11. Restrições no período eleitoral	18
12. Atribuições gerais da Ascom	19
12.1. Planeja a comunicação de forma estratégica	19
12.2. Produz conteúdo	19
12.3. Estabelece e mantém relacionamento com a imprensa	19
12.4. Faz a gestão de crises reputacionais	19
12.5. Planeja e executa ações de comunicação interna	20
12.6. Gerencia as redes sociais da Anac	20
12.7. Organiza eventos e ações institucionais	20
12.8. Monitora a imagem e reputação da Anac	20
12.9. Cria identidade visual e institucional	20
12.10. Realiza consultoria e dá orientações	20
Considerações Finais	21
Links Úteis	21

Resumo Executivo

O Plano de Comunicação Institucional (PCI) 2026, da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac), estabelece as diretrizes que orientam o planejamento, a execução e a priorização das ações de comunicação da Anac. O documento consolida a comunicação como instrumento estratégico para o fortalecimento da reputação institucional, o relacionamento com os públicos de interesse e o apoio aos próprios objetivos da Agência.

O documento organiza a atuação da Assessoria de Comunicação Social (Ascom) da Anac a partir de:

- Seis eixos temáticos estratégicos.
- Objetivos institucionais de comunicação.
- Indicadores de desempenho.
- Públicos prioritários.
- Sistema estruturado de priorização de demandas.
- Fluxo operacional de atendimento.
- Regras e prazos de execução.

O PCI consolida a comunicação como um instrumento estratégico para:

- Contribuir para o fortalecimento da reputação institucional da Anac;
- Qualificar o debate e o relacionamento com públicos de interesse;
- Ampliar a presença digital da Anac;
- Apoiar os objetivos estratégicos da Agência;
- Melhorar a eficiência operacional da comunicação.

1. Apresentação

Anac 20 anos: segurança e desenvolvimento para o Brasil

Em 2026, a Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) celebra 20 anos de uma trajetória que consolida a sua posição de referência mundial entre seus pares, atuação responsável, excelência regulatória, investimento em inovação, e compromisso inegociável com a segurança.

A partir deste ano, a comunicação passa a ser executada e pensada como ferramenta estratégica, ao reconhecer que o relacionamento com seus diferentes *stakeholders* é fundamental para o desenvolvimento do setor aéreo e o aperfeiçoamento da percepção de sua imagem perante a sociedade.

O modelo de gestão estratégica da Anac tem sido continuamente aprimorado. Para esta edição do Plano de Comunicação Institucional (PCI), a Assessoria de Comunicação Social (Ascom) classificou todas as demandas levantadas com as diferentes Unidades Diretamente Vinculadas à Diretoria (UDVDs) da Agência, a partir de uma matriz que considerou, entre outros pontos, a relação dessas demandas com os Objetivos Estratégicos da Anac.

Em função disso, a Ascom está orientada a concentrar seus recursos, especialmente os profissionais, em demandas definidas como “estratégicas”, que são aquelas que reforçam o papel da Anac e fortalecem a sua imagem e reputação. Também é importante informar que o PCI foi elaborado considerando que 2026 é um ano eleitoral e há, por determinação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), restrições de ações e de cronograma que serão considerados pela Anac. Neste ano também se encerra um ciclo de planejamentos da Agência e, portanto, ao longo do ano outras diretrizes serão formuladas.

O trabalho de construção deste documento começou com um amplo levantamento das necessidades das áreas. Após essa etapa, a Ascom definiu seis eixos temáticos – Asas para Todos, Pessoas, Processos Internos, Regulados, Reputação institucional e Segurança – que, contribuirão para a organização e distribuição da força de trabalho interna para a produção de conteúdos, realização de eventos e criação de produtos digitais, cujo propósito é fortalecer a imagem institucional da Agência e aperfeiçoar o relacionamento com todos os seus públicos de interesse.

Os objetivos elaborados foram vinculados a indicadores estratégicos e parâmetros de acompanhamento construídos de forma colaborativa. Com este documento, a Ascom quer aumentar a presença digital da Anac, medir a satisfação do público interno em relação às ações de comunicação, fortalecer a reputação da Agência, tomar decisões com base em dados e reforçar o papel da Anac.

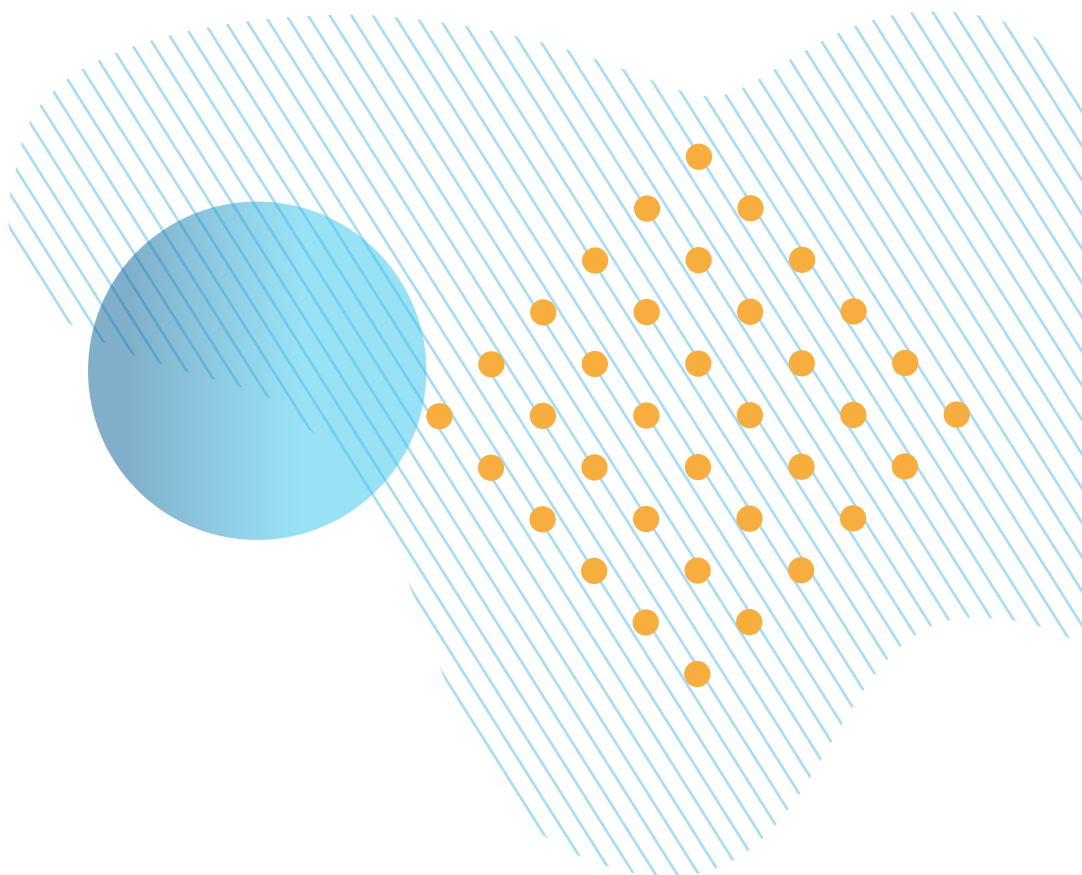
Este PCI foi formulado para ser um instrumento norteador da atuação da Ascom, garantindo que as entregas da unidade sejam cada vez mais estratégicas, sem diminuir o compromisso e a qualidade das tarefas operacionais.

1.1 Eixos temáticos

- **Asas para Todos** – projetos vinculados ao programa que fomenta a diversidade, a inclusão, a capacitação e a formação na aviação civil brasileira.
- **Pessoas** – todas as ações voltadas para pessoas usuárias do transporte aéreo e para aquelas que compõem a força de trabalho da Anac.
- **Processos Internos** – ações relacionadas a governança, ética, integridade, sistemas, gestão da informação, modernização digital etc. Especialmente aquelas ações realizadas internamente que resultem em melhorias para os cidadãos no geral e para os servidores da Anac.
- **Regulados** – todas as ações com foco no relacionamento da Anac com seus públicos regulados, incluindo pactuações com o setor e a Agenda Regulatória, suas atualizações e novos normativos.
- **Reputação institucional** – eventos internos e externos, premiações, acordos internacionais, atendimento à imprensa, projetos, plataformas e serviços prestados pela Anac.
- **Segurança** – todas as ações que de alguma forma fortaleçam ou reforcem a segurança do setor aéreo, incluindo campanhas de conscientização e ações de fiscalização, aeronavegabilidade, padrões operacionais e infraestrutura aeroportuária.

Com este documento, a Ascom reafirma o compromisso de conduzir uma comunicação pública transparente, acessível, de qualidade e útil para a sociedade.

Boa leitura!



2. Como funciona a Comunicação Institucional na Anac

O funcionamento da comunicação institucional segue um fluxo padronizado que permite organização, previsibilidade e priorização adequada das demandas.

Dessa forma, a Ascom seguirá o seguinte fluxo para o atendimento das demandas:

1. A unidade identifica a necessidade de comunicação;
2. O ponto focal avalia a pertinência e prioridade da demanda;
3. A demanda é registrada na plataforma E-kyte;
4. A Ascom recebe e classifica a prioridade da demanda, de acordo com critérios e notas pré-estabelecidos;
5. A Ascom executa a ação de comunicação;
6. A Ascom faz a entrega para a área demandante, que avalia e verifica se há necessidades de ajustes. Havendo, a Ascom realiza os ajustes. Não havendo, a Ascom finaliza a tarefa;
7. Os resultados são monitorados por indicadores, por meio de uma planilha BI.

3. Objetivos da Ascom

- Concentrar esforços para desenvolver ações de comunicação relacionadas a temas prioritários definidos neste Plano de Comunicação Institucional.
- Trabalhar para fortalecer a reputação da Anac e o relacionamento com os públicos de interesse.
- Ampliar a presença digital da Agência e o engajamento com os públicos estratégicos.
- Utilizar dados e inteligência para auxiliar a tomada de decisão.
- Implementar avaliação de satisfação do público interno.

4. Indicadores e mensuração de resultados

Objetivo	Indicadores	Como medir
Concentrar esforços para desenvolver ações de comunicação relacionadas a temas prioritários definidos neste Plano de Comunicação Institucional.	Percentual de ações de comunicação alinhadas aos temas prioritários	$\text{N}^\circ \text{ de ações executadas sobre temas prioritários} \div \text{total de ações de comunicação} \times 100$
	Índice de cobertura dos temas prioritários nos canais oficiais	$\text{N}^\circ \text{ de publicações sobre temas prioritários} \div \text{total de publicações} \times 100$
Fortalecer a reputação da Anac e o relacionamento com os públicos de interesse.	Quantidade de ações de relacionamento realizadas	Eventos, reuniões institucionais, <i>workshops</i> , visitas técnicas etc.
Ampliar a presença digital da Agência e o engajamento com os públicos estratégicos.	Crescimento da base de seguidores nas redes sociais (%)	Soma dos seguidores em todas as redes (2026): seguidores no período anterior a 2025 $\div$ seguidores no período anterior a 2025 $\times 100$
	Taxa média de engajamento digital (%)	$\text{Curtidas} + \text{comentários} + \text{compartilhamentos} + \text{salvamentos} \div \text{alcance total} \times 100$.
	Alcance médio mensal das publicações	$\text{Total de pessoas alcançadas} \div \text{n}^\circ \text{ de publicações}$
Utilizar dados e inteligência para auxiliar a tomada de decisão.	Números de demandas ativas, concluídas e canceladas, por tipo de tarefa	Painel BI com dados extraídos da plataforma E-kyte
	Quantidade de demandas atendidas por UDVD com análises estratégicas	Painel BI com dados extraídos da plataforma E-kyte
Implementar avaliação de satisfação do público interno.	Implantação do instrumento (%)	$\text{Etapas concluídas} \div \text{total de etapas previstas} \times 100$
	Taxa de adesão à pesquisa interna (%)	$\text{N}^\circ \text{ de respondentes} \div \text{total de servidores} \times 100$

5. Públicos

A Anac se relaciona com públicos internos e externos que impactam ou são impactados por sua atuação. Assim, é essencial conhecê-los, e compreender suas necessidades, para orientar as estratégias de comunicação.

5.1. Público interno

Servidores: vínculo efetivo, cedidos e requisitados (de e para outros órgãos), comissionados (sem vínculo).

- Colaboradores terceirizados.
- Estagiários.
- Aposentados.

5.2. Público externo

- **Associações do setor:** Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear), Aeroportos do Brasil (ABR), Associação Brasileira de Agências de Viagem (Abav), Associação Brasileira das Empresas de Serviços Auxiliares de Transporte Aéreo (Abesata), Associação Brasileira de Aviação Geral (Abag), Associação das Mulheres Aviadoras do Brasil (Amab), Associação Brasileira de Parentes e Amigos de Vítimas de Acidentes Aéreos (Abrapavaa).
- **Defesa do consumidor:** Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor (Senacon) e Institutos de Defesa do Consumidor (Procons).
- **Imprensa:** jornalistas que atuam em veículos de comunicação.
- **Influenciadores digitais:** perfis sobre aviação, turismo, viagens e direito aeronáutico.
- **Instituições de ensino:** Escola Nacional de Administração Pública (Enap), universidades e instituições que desenvolvam trabalhos relacionados à aviação.
- **Instituições internacionais:** 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 Transporte Aéreo (IATA), Conselho Internacional de Aeroportos (ACI), autoridades de aviação civil de outros países.
- **Militares:** Força Aérea Brasileira (FAB), Departamento de Controle do Espaço Aéreo (Decea), Centro de Investigação e Prevenção de Acidentes Aeronáuticos (Cenipa).
- **Órgãos de controle:** Tribunal de Contas da União (TCU), Controladoria-Geral da União (CGU), Ministério Público da União (MPU).
- **Poder Executivo:** Agências Reguladoras, Secretaria Nacional de Aviação Civil (SAC) do Ministério de Portos e Aeroportos, Ministérios (Defesa, Turismo, Direitos Humanos e da Cidadania, Gestão e Inovação em Serviços Públicos, Mulheres, Igualdade Racial, Relações Exteriores, Meio Ambiente), Empresas Públicas (Infraero), Presidência da República (Casa Civil, Secretaria de Relações Institucionais, Secretaria de Comunicação Social, Programa de Parcerias e Investimentos), Governo Estadual e Prefeituras.

- **Poder Judiciário:** tribunais de primeira e segunda instâncias, Superior Tribunal de Justiça (STJ), Supremo Tribunal Federal (STF), Conselho Nacional de Justiça (CNJ).
- **Poder Legislativo:** Congresso Nacional, Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais.
- **Regulados:** profissionais de aviação civil, organizações de formação de pessoal da aviação civil, fabricantes de aeronaves e produtos aeronáuticos, operadores de serviços aéreos, operadores aeroportuários, concessionárias de aeroportos, organizações de manutenção.
- **Segurança:** Polícia Federal (PF), Agência Brasileira de Inteligência (Abin).
- **Sindicatos:** Sindicato Nacional dos Aeronautas (SNA), Sindicato Nacional dos Aeroviários, Sindicato Nacional das Empresas Aeroagrícolas (Sindag), Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias (SNEA), Sindicato Nacional dos Servidores das Agências Nacionais de Regulação (Sinagências).
- **Sociedade:** usuários do transporte aéreo e sociedade em geral, ainda que não usuária do transporte aéreo, mas que pode ser afetada pelas atividades da Anac.

6. Táticas e Ações

A Ascom passará a atuar com uma nova lógica de priorização das demandas de comunicação. Para isso, foram definidos critérios de pontuação a partir do levantamento das necessidades das unidades da Anac. As áreas responderam a um formulário eletrônico no qual indicaram seus principais temas e a relação deles com os objetivos estratégicos, as diretrizes institucionais e os projetos prioritários da Agência.

Cada item do formulário recebeu um peso específico, que compõe a pontuação final das demandas. Esse sistema permite classificar as solicitações e orientar a priorização das ações de comunicação pela Ascom. A adoção desse modelo foi necessária diante do elevado volume de pedidos recebidos diariamente, em comparação com a capacidade operacional da equipe. Dessa forma, as demandas com maior pontuação e relevância estratégica serão atendidas primeiro.

Os temas indicados pelas UDVDs foram organizados em eixos temáticos, já mencionados, e apresentados em ordem de prioridade para atendimento. A definição das prioridades considera principalmente o impacto sobre a reputação institucional, a continuidade de ações previstas no PCI de 2025 com execução em 2026 e a existência de eventos institucionais associados.

As demandas operacionais não estão listadas neste documento, mas continuarão sendo atendidas normalmente mediante solicitação das áreas. Todas as demandas de comunicação — estratégicas ou operacionais — deverão ser registradas na plataforma E-kyte, que é o canal oficial de solicitação à Ascom.

7. Eixos Estratégicos de Comunicação

Nesta seção apresentaremos todos os temas estratégicos elencados pelas UDVD's da Anac por ordem de prioridade, conforme a vinculação da demanda a um Objetivo Estratégico e a um Objetivo Estratégico Específico, vinculação a um programa/projeto prioritário da Anac, impacto positivo na imagem e reputação institucional, realização de um evento institucional e se a demanda já estava em andamento no PCI de 2025 e terá continuidade em 2026.

7.1.1. Asas para Todos

- Projeto Criando Asas e visitas aos aeroportos.
- Renovação do Protocolo de Intenções do Programa Asas para Todos.
- Novo Acordo de Cooperação Técnica do Programa Asas para Todos entre Anac e Ministérios.
- Programa de Bolsas de Estudo para os Cursos do Portal Engenharia Aeronáutica.
- Projeto Pilotos do Semiárido.
- Projeto de bolsas de estudo para Mecânicos de Manutenção Aeronáutica (MMA).
- Mulheres na aviação. Projeto Santos Dumont *English Assessment* (SDEA).
- Projeto de bolsas de inglês técnico para Mecânicos de Manutenção Aeronáuticas (MMA).
- Projeto Treinamento: Iniciativa voltada para conscientização dos trabalhadores do setor sobre diversidade e inclusão.
- Projeto Céus Abertos.

7.1.2. Pessoas

- Anac Passageiro - Campanha e evento de lançamento.
- Campanha de conscientização sobre Combate e Prevenção ao Tráfico de Pessoas na Aviação Civil.
- Campanha de Prevenção e Enfrentamento ao Assédio e à Discriminação baseado no Plano Setorial.
- Campanha Direitos e Deveres dos Passageiros.
- Campanha de vacinação contra gripe.
- Campanha Setembro Amarelo e Dia Mundial da Saúde Mental.
- Palestra Telavita: Capacitação para líderes e servidores e uso de aplicativo voltados para saúde mental.
- Palestra Telavita: Saúde e Longevidade.
- Campanha educativa para o consumo - Resolução nº 280.
- Programa de voluntariado da Anac.
- Divulgação Programa de Capacitação de Pilotos da Anac (PCP).
- Programa de estágio de estudantes + Eventos de integração.
- Evento de lançamento do Programa de Voluntariado da Anac.

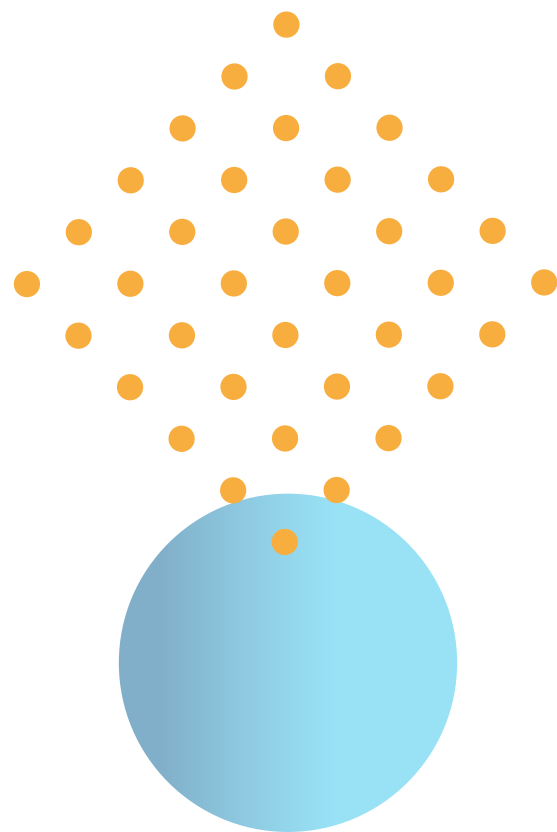
- Letramento, sensibilização e enfrentamento à discriminação.
- Conscientização sobre uso de crachá funcional.
- Concurso Anac - divulgação dos aprovados.

7.1.2.1. Efemérides

- Dia Internacional da Mulher (8 de março).
- Aniversário da Anac (20 de março).
- Dia das Mães (10 de maio).
- Dia do Mecânico de Manutenção Aeronáutica (24 de maio).
- Dia do Comissário de Voo (31 de maio).
- Festa Junina (24 de junho).
- Dia do Aeroviário (25 de junho).
- Dia de Santos Dumont (20 de julho).
- Dia dos Pais (9 de agosto).
- Setembro Amarelo (10 de setembro).
- Dia da Secretária e apoio administrativo (30 de setembro).
- Dia Internacional das Pessoas Idosas (1º de outubro).
- Dia Mundial da Saúde Mental (10 de outubro).
- Dia do Controlador de Voo (20 de outubro).
- Dia do Aviador (23 de outubro).
- Dia do Servidor Público Federal (28 de outubro).
- Dia do Engenheiro Aeronáutico (28 de outubro).
- Dia da Consciência Negra (20 de novembro).
- Dia Internacional da Pessoa com Deficiência (3 de dezembro).
- Dia Internacional da Aviação Civil (7 de dezembro).
- Dia dos Direitos Humanos (10 de dezembro) CelebrAnac (10 de dezembro).

7.1.3. Processos Internos

- Pesquisa de Opinião da Anac.
- Governança e Inovação em Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), transformação digital e segurança da informação.
- Webinar sobre a nova Política de Ação Social.
- 6º Seminário de Ética na Anac (Plano de Integridade 2025-2026).
- Anac Talks: Anac+ (Novas funcionalidades, pesquisa, resultados, avaliação PGD 2026 e planejamento do ciclo de 2027).



- Divulgação e Webinar: nova norma da Política de Desenvolvimento de Pessoas da Anac.
- Divulgação e Webinar: Programa de intercâmbio.
- Incentivo ao uso do GRC Anac.
- SEI 5.0.
- 4ª Semana de Cibersegurança da Anac.
- PGD Anac+.
- Programa Nacional de Proteção do Conhecimento Sensível - PNPC.
- Planejamento Estratégico 2027-2031 + Lançamento no aniversário da Anac.
- Anac Talks: Novas regras e sistema do estágio probatório.
- “Desafios da Aviação Civil” - evento para construção do Planejamento Estratégico.
- Anac Talks - Novo Planejamento Estratégico.

7.1.4. Regulados

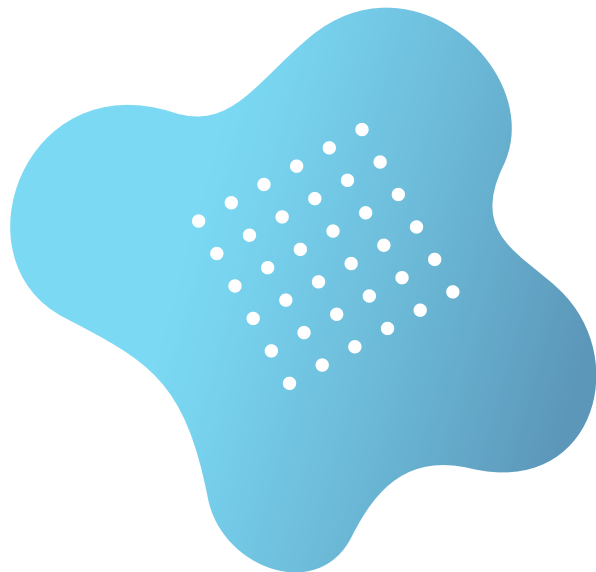
- Certificação descomplicada e esclarecimentos sobre manutenção aeronáutica.
- Inclusão, qualificação e valorização do Mecânico de Manutenção Aeronáutica (MMA).
- Renegociação e repactuação de contratos de concessão de aeroportos.
- Balonismo.
- Webinar para apresentação da Agenda Regulatória 2027-2030.
- Webinar novas regras de drones.
- Inovações regulatórias RBAC 121 e 135.
- Webinar SGSO para fabricantes aeronáuticos.
- Webinar emenda ao RBAC 01, 21, 91 para harmonização com MOSAIC.
- Webinar IS sobre Reconhecimento de Laboratórios de Inflamabilidade.
- Drones.
- Qualidade de Serviços em Aeroportos Concedidos.
- Aviação Geral. Inovações regulatórias relacionadas aos temas 12, 17, 20, 21 e 22 da Agenda Regulatória.
- Webinar Sistema de contenção p/ crianças IS 21-022.
- Apoio com o atendimento à imprensa sobre o Sistema APM (Automated People Mover) do Aeroporto de Guarulhos (SP).

7.1.5. Reputação institucional

- Aniversário da Anac 20 anos.
- 4ª edição do Programa SustentAr + Aeroportos Sustentáveis.
- Fortalecimento institucional da Anac junto ao Congresso Nacional.
- Fórum regional de SAF.
- Cobertura de evento: *Saudi-Latin America Summit*, da GACA (Autoridade da Arábia Saudita).
- Acordos de Aeronavegabilidade e Comitês especializados.
- *Digital Week*.
- Campanha “Brasil, referência em aviação”.
- Promoção da Facilitação do Transporte Aéreo. Evento: IV FAL *Conexions*.
- Premiações de Segurança Operacional.
- Evento Anac: Encontro de Paineleiros Oaci. Arelado ao Plano de Atuação Internacional (PAI) 2026 e ao Plano Estratégico da ASINT 2026–2028.
- Premiação de Acessibilidade e Inovação 2026.
- Arraial Aéreo.
- *Drone Show*.
- Labace.
- Congresso AVAG.
- Catarina Air Show.
- Feira MRO.

7.1.6. Segurança

- Passageiro Indisciplinado.
- Segurança Cibernética - *Cybersecurity Expo*.
- Campanha de TACA (Transporte Aéreo Clandestino).
- Divulgação da Segurança da Aviação Civil contra Atos de Interferência Ilícita.
- Projeto *Safety* Aviação Geral.
- Semana *Safety* – 6 edições.
- *Safety Management Summit Brazil* (SMS).
- Fomento e fortalecimento da Cultura de Segurança (AVSEC). Evento: Jornada AVSEC.
- Campanha de MACA (Manutenção Aeronáutica Clandestina).
- Artigos perigosos. Divulgação dos riscos do transporte de artigos perigosos para passageiros e determinados regulados.
- Cobertura de operações de fiscalização: Yanomami, Parintins, Operação Folião, Ágatha e Projeto de fiscalização Colibri.



- Promoção da temática *Safety-AGA*: aviação regional. Evento: *AIS Aviation Infra Summit*.
- Campanha sobre o Serviço Aéreo Especializado Clandestino (SAECA).
- Ações de Segurança Operacional.
- Webinários BAST.
- Infoshare.
- Reunião dos grupos do BAST.
- Divulgação do Plano Nacional de Segurança Operacional (PNSO).
- Divulgação do Programa de Segurança Operacional Específico para a Agência Nacional de Aviação Civil (PSOE-Anac).

8. Priorização de demandas

As demandas relacionadas aos temas estratégicos, elencados acima, serão distribuídos dentro da Ascom conforme sua urgência e alta, média ou baixa prioridade. Essa classificação servirá para que a Assessoria consiga fazer entregas mais assertivas, além de potencializar a produtividade da equipe. Além disso, os critérios escolhidos pela Ascom estão diretamente relacionados ao Objetivo Estratégico nº 7, do Plano Estratégico da Anac 2020-2026, que diz: Fortalecer a comunicação e o papel da Agência.

As demandas de comunicação receberam pontuações entre 6 e 80 pontos e foram divididas em:

- Alta prioridade: de 68 a 80 pontos;
- Média prioridade: de 44 a 68 pontos; e
- Baixa prioridade: abaixo de 44 pontos.

As demandas serão classificadas com base em pontuação estruturada:

1. Impacto positivo na imagem e reputação institucional = 28 pontos;
2. Demanda em andamento no PCI de 2025 com continuidade em 2026 = 16 pontos;
3. Vinculação a programa/projeto prioritário da Anac = 12 pontos;
4. Demanda contempla a realização de evento institucional = 10 pontos;
5. Vinculação do tema a um Objetivo Estratégico Específico da Anac = 8 pontos;
6. Vinculação do tema a um Objetivo Estratégico da Anac = 6 pontos.

8.1. Classificação de prioridades

8.1.1. Demandas Urgentes

- **Critérios:** Alta importância e curto prazo para entrega.
- **Pontuação:** não considera a pontuação da demanda, e sim, sua relevância, contexto e prazo para divulgação.
- **Ação:** Precisa ser realizada imediatamente. Interrompe o trabalho em andamento. Pode ser uma crise ou um bloqueador de operação crítica.
- **Importante!** As áreas demandantes não devem se valer do esquecimento do envio do pedido para solicitar demandas urgentes. Por isso, o planejamento é essencial para que as urgências sejam de fato priorizadas.

8.1.2. Demanda de Alta Prioridade

- **Critérios:** Alta importância e médio e longo prazo.
- **Pontuação da demanda:** de 68 a 80 pontos.
- **Ação:** Deve ser priorizada logo após as tarefas urgentes. Entra no planejamento do ciclo atual. É estratégica e importante. Leva em consideração o ranking com a priorização dos temas estratégicos em relação aos Eixos Temáticos.
- **Exemplos:** Ações relacionadas diretamente a assuntos estratégicos da Agência e que demandarão ações de comunicação a médio e longo prazo, como campanhas institucionais.

8.1.3. Demanda de Média Prioridade

- **Critérios:** Baixa importância e curto prazo.
- **Pontuação da demanda:** de 44 a 67 pontos.
- **Ação:** Pode ser delegada, resolvida rapidamente ou encaixada entre tarefas maiores. São interrupções rápidas de baixo valor.
- **Exemplos:** Tarefas cotidianas como uma pequena correção em uma peça de comunicação visual (baixo impacto), mas que o demandante precisa que seja entregue com rapidez, como notícias, notas ou comunicados.

8.1.4. Demanda de Baixa Prioridade

- **Critérios:** Baixa importância e longo prazo.
- **Pontuação da demanda:** menos de 44 pontos.
- **Ação:** Entra na lista de pendências (o *backlog*) e será feito apenas quando não houver tarefas com prioridade média, alta ou urgente.
- **Exemplos:** Tarefas cotidianas com baixa relevância, como uma melhoria estética documentos (baixo impacto e longo prazo). Alterações de layout nas páginas do portal.

9. Diretrizes de comunicação

As diretrizes a seguir orientam as ações de comunicação da Anac em 2026 e devem ser observadas por todo o público interno, com foco em uma atuação estratégica, integrada e efetiva.

9.1. Limites de atuação

- Os profissionais da Ascom têm autonomia para editar conteúdos produzidos pelas unidades, conforme técnicas de redação, linguagem simples e objetivos de comunicação.
- As unidades da Anac devem revisar apenas os aspectos técnicos dos conteúdos produzidos pela Ascom. Mas não o estilo de redação. A não ser que a Ascom tenha cometido algum erro.
- Cabe à Ascom definir linguagem, formato e canal para eventos e divulgação de conteúdos, com base em critérios de noticiabilidade, abrangência, capacidade de atendimento, relevância e oportunidade.
- Fundamental reitera que servidores somente podem conceder entrevistas à imprensa após autorização prévia da Ascom. O ideal é que a demanda tenha passado pela Ascom, bem como o tratamento dessa demanda e o acompanhamento dela.

9.2. Pontos focais

- Cada unidade da Anac deve indicar ao menos dois servidores, um titular e um suplente, como pontos focais do PCI, conforme relação publicada na intranet.
- Os pontos focais fazem a interface entre a Ascom e a unidade, designados para esclarecimento de dúvidas e priorização de demandas.
- Os pontos focais são responsáveis por mapear necessidades de comunicação em suas respectivas áreas, definir prioridades e orientar a equipe sobre os procedimentos para formalizar solicitações à Ascom.
- Os pontos focais devem comunicar à Ascom, e a Ascom aos pontos focais, eventuais mudanças no planejamento das demandas informadas.
- Cabe à Ascom fornecer orientações e informações para apoiar a gestão das atividades de comunicação de todas as unidades da Agência.

9.3. Prazos

- As solicitações à Ascom devem ser enviadas com antecedência suficiente para permitir o planejamento e o atendimento adequado da demanda.
- Solicitações com prazos urgentes são exceção e só serão atendidas quando houver justificativa estratégica.
- A Ascom pode não atender demandas solicitadas fora do prazo quando a equipe já estiver comprometida com outras ações, especialmente as estratégicas.

Serviço	Antecedência mínima
Realização de eventos	20 dias úteis antes do início do evento
Produção de notícias	3 dias úteis para a publicação
Cobertura jornalística de eventos em Brasília	3 dias úteis antes do evento
Cobertura jornalística de eventos fora de Brasília	15 dias úteis antes do evento
Cobertura de eventos internacionais	60 dias antes do evento
Criação de identidade visual	20 dias úteis para a entrega
Diagramação de material institucional	20 dias úteis para a entrega
Produção audiovisual	20 dias úteis para a entrega

10. Comunicação interna

A Ascom lança no início de 2026 dois novos produtos de comunicação interna voltados aos servidores, terceirizados e estagiários da Anac. As novidades marcam a abertura das comemorações dos 20 anos da Agência e são fruto direto da escuta ativa realizada na pesquisa de comunicação interna de 2023, que indicou a necessidade de readequar o envio das informações.

O primeiro produto é a newsletter “Radar”, que será enviada quinzenalmente por e-mail e trará as principais notícias institucionais, dicas e oportunidades de capacitação, em formato leve e prático. O objetivo é oferecer um canal de leitura rápida e confiável, com foco no dia a dia dos servidores e colaboradores.

Já a segunda novidade é a criação da equipe “Comunicados Anac” no Microsoft Teams, que substituirá as listas de transmissão via WhatsApp. A divulgação de avisos e notícias internas passará a ser realizada exclusivamente pelos canais oficiais: intranet, e-mail institucional e Teams.

A adoção do Teams como ferramenta corporativa fortalece a segurança da informação, amplia a organização dos comunicados e garante maior integração com os demais sistemas de trabalho da Agência. Além disso, o aplicativo pode ser acessado de forma simples pelo computador, tablet ou celular.

11. Restrições no período eleitoral

Durante o período eleitoral (agosto a outubro de 2026), os órgãos públicos devem ter cautela ao realizar ações de comunicação. A premissa é de que a comunicação pública é uma obrigação da Administração, e deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação à sociedade, não devendo fazer promoção pessoal de autoridades e servidores públicos.

Na Anac, a Ascom continuará atuando de forma a dar publicidade às atividades-fim da Agência, divulgando programas e projetos, bem como serviços e facilidades para os cidadãos, os passageiros e os regulados. Durante o período, a Ascom não fará qualquer tipo de publicação de cunho pessoal, bem como não divulgará nem compartilhará links de páginas pessoais ou perfis em redes sociais.

Os eventos poderão ser realizados normalmente e a eles será dada publicidade apenas em caráter técnico, direcionando a comunicação ao público específico e terá divulgação restrita, com o objetivo de discutir tema específico de interesse da Administração.

A programação dos eventos, assim como o conteúdo que será apresentado, deverá estar relacionado com a missão institucional da Anac e deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação à sociedade.

Também poderão ser divulgadas datas comemorativas, desde que sejam datas que já constem no calendário regular da Anac.

Durante o período de defeso, a Anac não utilizará em suas divulgações marcas, símbolos ou imagens associadas ao Governo Federal.

12. Atribuições gerais da Ascom

12.1. Planeja a comunicação de forma estratégica

- Desenvolve e implementa planos de comunicação alinhados à missão institucional.
- Define estratégias para alcançar diferentes públicos de interesse.
- Institui o Plano de Comunicação Institucional com as diretrizes da comunicação da Anac para o ano.

12.2. Produz conteúdo

- Cria textos, *releases*, notícias, campanhas, *newsletters* e publicações em redes sociais.
- Elabora materiais institucionais, como relatórios, apresentações e peças gráficas.
- Redige discursos, notas oficiais e conteúdos voltados à imprensa.

12.3. Estabelece e mantém relacionamento com a imprensa

- Gerencia o relacionamento com veículos de comunicação.
- Prepara e divulga *releases* e notas à imprensa.
- Organiza entrevistas, coletivas de imprensa e eventos de mídia.
- Orienta porta-vozes da Anac para entrevistas com jornalistas.

12.4. Faz a gestão de crises reputacionais

- Atua ativamente na prevenção e gerenciamento de crises de imagem e reputação.
- Estabelece planos de resposta rápida para situações adversas, tanto para o público interno como para o externo.

12.5. Planeja e executa ações de comunicação interna

- Desenvolve e atualiza canais de comunicação voltados aos servidores e colaboradores da Anac.
- Produz e divulga conteúdo de interesse do público interno.
- Promove a integração e o engajamento interno por meio de campanhas e ações de comunicação.

12.6. Gerencia as redes sociais da Anac

- Monitora e atualiza as redes sociais da Anac.
- Interage com o público e acompanha as tendências digitais.
- Cria conteúdos atrativos e de relevância pública.

12.7. Organiza eventos e ações institucionais

- Planeja e executa eventos institucionais, conferências e ações promocionais realizados pela Agência ou em parceria com outras instituições.
- Garante a visibilidade da Anac em eventos externos.
- Promove ações que ampliam o conhecimento da sociedade sobre o papel da Anac.
- Acompanha os processos de autorização de representação e de apoio institucional em evento externo não previsto no Plano de Comunicação Institucional.
- Planeja e observa as regras do cerimonial público em eventos solenes da Anac.

12.8. Monitora a imagem e reputação da Anac

- Acompanha o que está sendo publicado sobre a Anac nos meios de comunicação e redes sociais.
- Produz relatórios de análise de mídia para subsidiar decisões estratégicas.
- Aplica pesquisas de opinião para melhoria de canais internos e externos, bem como para orientar a forma da linguagem e os meios utilizados para disseminação de conteúdo.

12.9. Cria identidade visual e institucional

- Garante a consistência da identidade visual e da mensagem da organização em todos os canais utilizados pela Anac.
- Desenvolve materiais gráficos e audiovisuais que representam a Agência.

12.10. Realiza consultoria e dá orientações

- Assessora a Diretoria, superintendentes e gerentes em questões de comunicação, em entrevistas, gravação de vídeos, entre outros.
- Orienta equipes sobre as boas práticas e estratégias de comunicação.
- Dissemina a linguagem simples na instituição tanto para a criação de textos noticiosos quanto para elaboração de normativos e regulamentos.

Considerações Finais

O Plano de Comunicação Institucional 2026 consolida a comunicação como instrumento estratégico essencial para o cumprimento da missão da Anac, especialmente no marco de seus 20 anos de atuação. A execução do PCI depende do compromisso de todo o público interno, em especial das unidades da Agência, dos pontos focais e da Ascom, no cumprimento dos fluxos, das responsabilidades e dos prazos definidos.

A atuação coordenada, o uso das ferramentas adequadas para solicitação de demandas e o respeito às diretrizes de comunicação são condições fundamentais para garantir eficiência, previsibilidade e foco nas ações estratégicas. Ao alinhar objetivos, eixos temáticos, diretrizes e indicadores, o documento estabelece bases claras para uma comunicação pública transparente, acessível, integrada e orientada ao interesse da sociedade.

A equipe da Ascom permanece disponível para esclarecer dúvidas pelos e-mails abaixo:

jornalismo@anac.gov.br (produção de notícias e entrevistas à imprensa)

eventos@anac.gov.br (planejamento de eventos)

comunica@anac.gov.br (produção gráfica e estrutura portal/intranet)

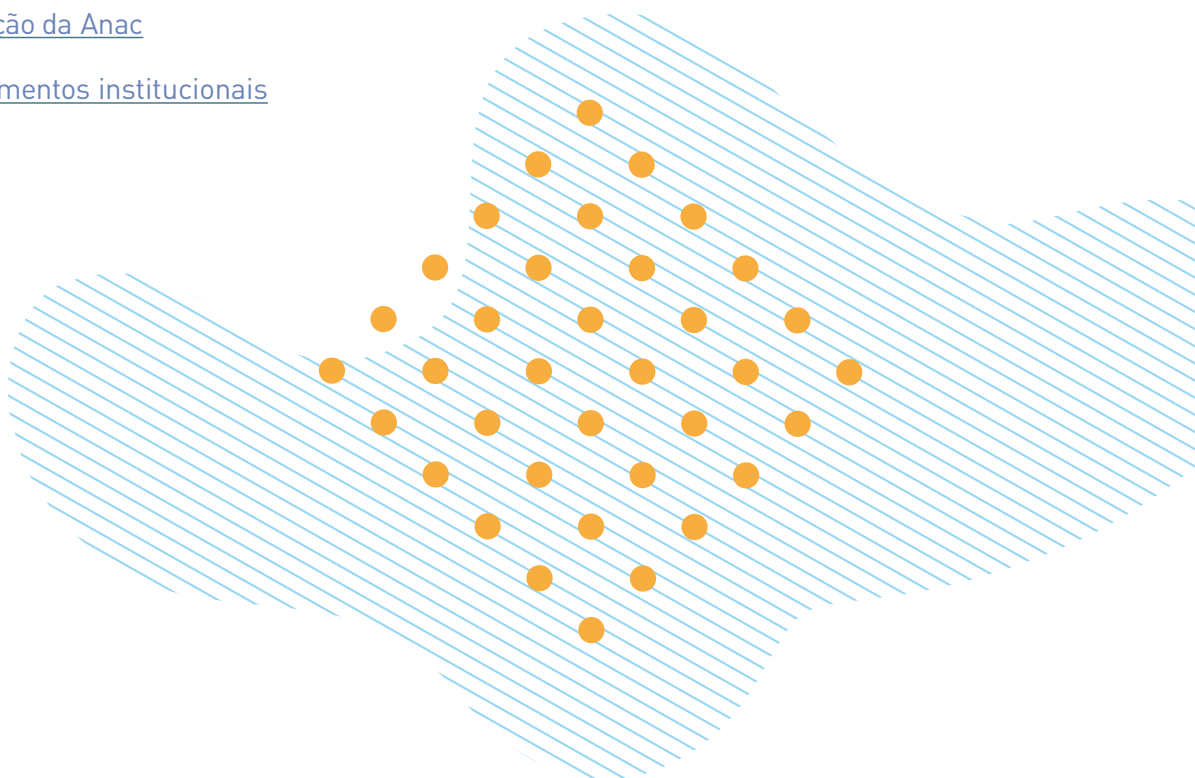
Links Úteis

[Formulários de solicitação de serviços à Ascom](#)

[Relação de pontos focais do PCI](#)

[Manual de Redação da Anac](#)

[Modelos de documentos institucionais](#)





Plano de
COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL
2026