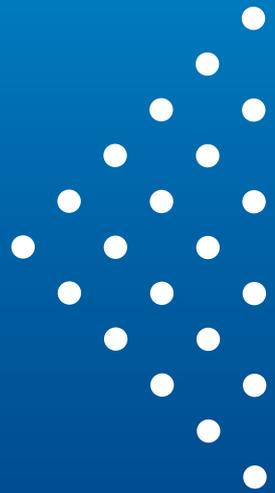
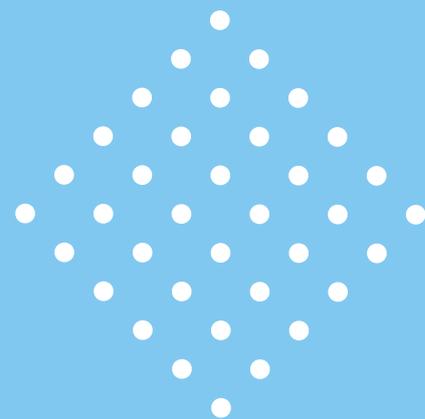


Plano de
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL**
2024





Plano de
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL
2024**

SUMÁRIO

Plano de Comunicação institucional

| | |
|---|-----------|
| 1 - APRESENTAÇÃO | 4 |
| 2 - MISSÃO DA ASCOM | 5 |
| 3 - VISÃO E VALORES | 5 |
| 3.1 Visão | 5 |
| 3.2 Valores | 5 |
| 4 - REESTRUTURAÇÃO DA ASCOM | 6 |
| 4.1 Atribuições | 6 |
| 5 - AÇÕES E ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO | 8 |
| 5.1 Prioridades nas Ações de Comunicação | 8 |
| 6 - OBJETIVOS ESTRATÉGICOS E METAS | 11 |
| 6.1 Objetivo Estratégico para o ciclo 2020-2026 | 11 |
| 6.2 Metas Setoriais e Gerenciais | 12 |
| 6.3 Demandas de Comunicação | 16 |
| 6.4 Regras Gerais de Operações de Comunicação | 18 |
| 6.5 Pesquisa de Opinião | 18 |
| 6.6 Públicos de Interesse | 21 |
| 7 - REFERÊNCIAS | 24 |

1 - APRESENTAÇÃO

O Plano de Comunicação Institucional (PCI) da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), elaborado com o objetivo central de definir princípios e diretrizes que reforcem a comunicação institucional nos âmbitos interno e externo à Agência, traz consigo orientações fundamentais à Assessoria de Comunicação Social (Ascom) para priorizar e potencializar as ações de comunicação da ANAC em todas suas esferas de atuação.

O PCI é um documento anual orientador que se ampara nos objetivos basilares da instituição elencados no [Planejamento Estratégico da ANAC 2020-2026](#), bem como no [Plano de Diretrizes Estratégicas 2024-2025 da Agência](#). Esses serão o norte da Ascom para a priorização de ações e execução de demandas de comunicação, as quais deverão necessariamente estar atreladas aos objetivos estratégicos e específicos dos dois documentos.

A Ascom, recentemente reestruturada, é a assessoria que possui o papel estratégico fundamental de consolidar uma imagem positiva da Agência e disseminar informações valorosas ao cidadão e que ressaltem a importância e efetividade da ANAC no cumprimento de seu papel perante a sociedade.

É por meio do PCI que a Ascom analisa contextos, objetivos, produtos, públicos de interesse, canais, recursos e se organiza para a execução de demandas previstas ao longo do ano.

Desde 2022, a Assessoria de Comunicação Social vem implementando um sistema de inclusão de demandas de todas as Unidades Diretamente Vinculadas à Diretoria (UDVDs) da Agência. Assim, foi possível consolidar as solicitações das áreas para que a Ascom pudesse analisar a relevância do conteúdo para a Agência e sua consonância com os objetivos estratégicos da ANAC, as metas específicas da comunicação institucional e a capacidade operacional da Assessoria para a execução de demandas.

Com a implementação do sistema, a Ascom passou a ter uma visão mais ampla das necessidades da instituição como um todo e organizar e priorizar as ações de comunicação orientadas ao alcance do propósito institucional, que é garantir a segurança e a excelência da aviação civil.

Este documento se propõe a direcionar as ações de comunicação da Ascom da ANAC de forma integrada, buscando unificar e coordenar mensagens e canais para garantir uma comunicação consistente e eficaz, harmonizando esforços com o objetivo de transmitir uma mensagem coerente, simples e útil ao seu público de interesse.

O objetivo é criar uma experiência de comunicação integrada, por meio da qual todas as partes da estratégia sejam executadas de forma sinérgica e alinhada às inovações tecnológicas para fortalecer a imagem e os objetivos da ANAC.

2 - MISSÃO DA ASCOM

Comunicar o papel da ANAC em prol da segurança da aviação civil e consolidar a imagem de excelência da Agência perante seus públicos.

3 - VISÃO E VALORES

3.1 Visão

Tornar-se referência de comunicação estratégica no setor de aviação civil no ano de 2024.

3.2 Valores

- Buscamos transparência, eficiência e dinamismo na comunicação.
- Temos o compromisso de promover ações de comunicação voltadas ao cumprimento da missão institucional da ANAC.
- Somos parceiros de todas as áreas da Agência.
- Respeitamos as pessoas e suas diferenças.
- Valorizamos o espírito colaborativo e a discussão de ideias.
- Estimulamos o ambiente criativo e inovador.
- Prezamos pela excelência dos nossos serviços.
- Incentivamos a inovação tecnológica para acelerar a transformação digital e aprimorar a eficiência da comunicação da ANAC.

4 - REESTRUTURAÇÃO DA ASCOM

A Assessoria de Comunicação Social passou por uma reestruturação interna, recentemente, para buscar o melhor atendimento a seus públicos. Esse aprimoramento da estrutura se dá por meio da melhor distribuição de atividades entre os servidores da Ascom, da priorização de demandas conforme a estratégia institucional e suas diretrizes específicas, além da otimização do fluxo de demandas, que potencializarão as ações de comunicação centrais da Agência.

Para o ano de 2024, a Ascom priorizará as perspectivas da Agência, conforme o Plano Estratégico e de Diretrizes, além de temas que envolvam acessibilidade, diversidade e inclusão, reforçando o papel da Agência como órgão garantidor de direitos do cidadão. Além disso, o PCI será um documento único, retratando a intenção de uma comunicação integrada e, assim, consolidando as orientações do antigo Plano Específico para Comunicação Interna (PECI) em um único documento.

Os sistemas que serão utilizados pela Ascom para o recebimento de demandas serão atualizados para oferecer maior agilidade, dinamismo e eficiência na entrega de resultados de comunicação para toda a Agência.

Nesta seção, será apresentada a nova estrutura organizacional da Assessoria de Comunicação Social (Ascom), a qual contempla três gerências técnicas.

4.1 Atribuições

A Assessoria de Comunicação Social (Ascom) da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) foi regimentalmente estruturada para 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 Colegiada do órgão.

Para isso, a Ascom possui em seu organograma três gerências técnicas atualmente designadas: Gerência Técnica de Comunicação Integrada (GTCI), Gerência Técnica de Relações Públicas (GTRP) e Gerência Técnica de Relações com a Imprensa (GTRI).

4.1.2 Gerência Técnica de Comunicação Integrada (GTCI)

A GTCI é a gerência responsável pelo design de identidades visuais para produtos, campanhas e ações de comunicação destinadas ao público interno e externo. Atua no desenvolvimento de produtos audiovisuais, na cobertura fotográfica de eventos, na editoração de conteúdos gráficos para publicações (impressas, eletrônicas e audiovisuais) e na preservação da identidade da instituição em todos os canais. A GTCI também é responsável pela gestão do portal e da intranet da Agência, cuidando do levantamento e do monitoramento de dados desses canais, além das etapas de planejamento e implementação de ferramentas digitais destinadas às atividades de comunicação.

4.1.3 Gerência Técnica de Relações Públicas (GTRP)

É de competência da 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 solenes da ANAC e a intermediação das ações de apoio e representação institucional no escopo da Política de Comunicação Institucional (PCI), bem como gerenciar e fiscalizar os contratos relacionados às competências da gerência. A GTRP zela para que as aparições públicas e eventos realizados sejam sempre pertinentes e que contribuam para a estratégia da instituição.

4.1.4 Gerência Técnica de Relações com a Imprensa (GTRI)

A GTRI é a gerência responsável por acompanhar de forma qualitativa as notícias diárias, as mídias sociais e os assuntos de interesse da ANAC e do setor de aviação civil, mantendo informados a Diretoria Colegiada, os titulares de Unidades Diretamente Vinculadas à Diretoria (UDVDs) e todos os servidores. Sua atuação envolve 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. Cabe à gerência, 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, à sociedade e ao público interno. Na GTRI, é feita a gestão da interação “de massa” da ANAC.

5 – AÇÕES E ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

5.1 Prioridades nas Ações de Comunicação

A Ascom priorizará todas as suas ações e a execução de demandas de comunicação em alinhamento e em conformidade com os objetivos estratégicos institucionais e os objetivos estratégicos específicos (diretrizes) da ANAC, estabelecidos para o ciclo 2020-2026. Isso implica uma análise criteriosa prévia da Assessoria de Comunicação quanto aos conteúdos a serem divulgados interna e externamente pela Agência.

Serão estabelecidas regras gerais de operações de comunicação com o objetivo de oferecer uma comunicação mais direcionada e estratégica, aprimorar e aumentar a oferta de serviços internos, simplificar o contato inicial das áreas demandantes com a Ascom e facilitar e priorizar os pedidos de serviços que estejam em consonância com a estratégia, as diretrizes institucionais e as metas setoriais e gerenciais.

As demandas de comunicação que não estiverem diretamente relacionadas a pelo menos um objetivo estratégico e a uma diretriz poderão não ser executadas, dando espaço para aquelas demandas que possam trazer maior concretude à estratégia organizacional.

A necessidade do estabelecimento de regras para a execução de demandas de comunicação se faz necessária diante da quantidade de vezes em que é prevista a presença da Ascom na consecução dos objetivos estratégicos específicos do Plano de Diretrizes Estratégicas, tanto como unidade responsável quanto como colaboradora. As tabelas abaixo retratam a necessidade de atuação da Ascom em quase todas as atividades estratégicas da Agência.

| Responsabilidade | Objetivos Estratégicos Específicos | Objetivos Estratégicos |
|------------------|---|---|
| Ascom | OEE 4.6. Promover a redução de conflitos no transporte aéreo através da educação para o consumo, regulação por incentivos e melhoria da fiscalização. | OE4 - Desenvolver a cultura de cooperação e a integração no setor. |
| | OEE 7.1. Aproximar a sociedade do processo decisório da Diretoria. | OE7 - Fortalecer a comunicação e o papel da agência. |
| | OEE 7.2. Aprimorar a publicidade das decisões relevantes decorrentes do processo sancionador, demonstrando entendimentos e atuação da Agência. | |
| | OEE 7.4. Implementar ferramentas e consolidar mecanismos internos e externos para mensuração de resultados da comunicação da Agência com servidores, regulados, cidadãos e sociedade. | |
| | OEE 7.5. Aumentar a presença da Agência em novos canais digitais. | OE11 - Aprimorar a gestão da informação para tomada de decisão. |
| | OEE 11.1. Aprimorar a experiência do servidor/colaborador no consumo de serviços internos. | OE12 - Fortalecer a gestão, o desenvolvimento e a valorização das pessoas com foco no desempenho institucional. |
| | OEE 12.4. Potencializar ações no âmbito da Agência visando uma cultura mais inclusiva. | OE13 - Promover a alocação de recursos de forma estratégica e efetiva. |
| | OEE 13.1. Adequar equipamentos e estruturas físicas da Agência para o novo perfil da instituição visando o aumento de eficiência e integração dos servidores. | |

**Ascom como responsável por objetivos estratégicos e objetivos estratégicos específicos (diretrizes).*

| Colaboração | Objetivos Estratégicos Específicos | Objetivos Estratégicos |
|--|---|---|
| Ascom | OEE 4.1. Promover ações de incentivos à adoção do Diário de Bordo Eletrônico. | OE4 - Desenvolver a cultura de cooperação e a integração no setor. |
| | OEE 4.3. Realizar ações que promovam e incentivem a segurança operacional a exemplo de Segurança em Foco e <i>Safety Management Summit</i> – SMS. | |
| | OEE 4.7. Promover ações visando fomentar o aumento da participação feminina no setor regulado. | |
| | OEE 4.8. Promover ações de combate à discriminação no transporte aéreo. | |
| | OEE 5.1. Implementar uma cultura de regulação responsiva. | OE5 - Garantir a regulação efetiva para a aviação civil de forma a permitir a inovação e a competitividade. |
| | OEE 5.10. Estabelecer política e metodologia de <i>Sandbox</i> institucional e práticas de inovação no processo regulatório. | |
| | OEE 6.1. Implementar o sistema GRC ANAC, contemplando todo o ciclo de fiscalização desde o planejamento, execução e emissão de providências administrativas. | OE6 - Fortalecer a gestão de riscos no sistema de aviação civil e a cultura de segurança. |
| | OEE 6.4. Implementar ações que elevem a proteção dos passageiros, bagagens e cargas nos principais terminais aeroportuários brasileiros. | |
| | OEE 7.3. Aprimorar os mecanismos de coleta, auditoria e comunicação de dados, relatórios e estudos estatísticos, tarifários, financeiros e sobre pontualidade e regularidade. | OE7 - Fortalecer a comunicação e o papel da agência. |
| | OEE 8.1. Fomentar a integração regional dos países no transporte aéreo. | OE8 – Intensificar a atuação internacional para o alinhamento de normas e melhores práticas do setor. |
| | OEE 9.4. Adotar uma comunicação <i>omni channel</i> personalizada com os regulados/usuários, centrando os serviços no cidadão e implantando uma plataforma integrada para oferta proativa e personalizada dos serviços da ANAC. | OE9 - Simplificar e desburocratizar os processos organizacionais com ênfase na melhoria da prestação de serviços. |
| | OEE 10.1. Fortalecer a presença da Agência junto ao Congresso Nacional. | OE10 - Aperfeiçoar a governança corporativa com foco na entrega de valor à sociedade. |
| | OEE 10.2. Aprimorar a gestão e a transparência dos atos normativos com foco no usuário. | |
| OEE 10.5. Coordenar e implementar ações de fomento à agenda <i>Environmental, Social and Governance</i> - ESG. | | |

| | | |
|--------------|---|---|
| Ascom | OEE 11.2. Fortalecer a governança e a gestão da segurança das informações. | OE11 - Aprimorar a gestão da informação para tomada de decisão. |
| | OEE 11.6. Consolidar os dados-chaves de todas as UDVDs e implantar Plano de Qualidade de Dados na ANAC. | |
| | OEE 11.7. Fomentar a adoção de Inteligência Artificial para melhoria da eficiência e melhor atendimento ao cidadão. | |
| | OEE 12.1. Efetivar as trilhas de capacitação como instrumento de gestão e planejamento no desenvolvimento dos servidores. | OE12 - Fortalecer a gestão, o desenvolvimento e a valorização das pessoas com foco no desempenho institucional. |

**Ascom como colaboradora para realização de objetivos estratégicos e objetivos estratégicos específicos (diretrizes).*

6 – OBJETIVOS ESTRATÉGICOS E METAS

A Ascom desempenha um papel crucial na gestão da reputação da ANAC, na construção de relacionamentos com seus públicos de interesse e na disseminação de informações imprescindíveis para o setor de aviação civil. Por isso, é uma unidade estratégica dentro da Agência e que deverá atender aos objetivos estratégicos e diretrizes institucionais.

6.1 Objetivo Estratégico para o ciclo 2020-2026

Fortalecer a comunicação e o papel da Agência

No Mapa Estratégico da ANAC para o período de 2020 a 2026, a Ascom recebeu a responsabilidade de esclarecer de maneira mais efetiva, e primando pela linguagem simples, para os diversos públicos, as atividades da Agência e os resultados que ela proporciona à sociedade. Essa responsabilidade está relacionada ao compromisso estabelecido no “OE7: Fortalecer o papel e a comunicação da Agência” do Plano Estratégico da ANAC.

No Plano de Diretrizes, uma das primeiras responsabilidades direcionadas à Ascom é a de promover a redução de conflitos no transporte aéreo por meio da educação para o consumo, regulação por incentivos e melhoria da fiscalização, a qual está atrelada ao objetivo estratégico de desenvolver a cultura de cooperação e a integração no setor, o que pressupõe ações de comunicação bem direcionadas e objetivas por parte da Ascom aos regulados.

Além das responsabilidades e colaborações incumbidas à Ascom, a equipe definiu as metas principais para o Programa de Gestão por Desempenho da Agência, o ANAC+. Essas metas também fazem parte do PCI e estão integradas aos objetivos da Ascom.

Abaixo, serão apresentadas as metas para o primeiro ciclo de 2024 e sua relação direta com a estratégia e as diretrizes da Agência. É importante notar que alcançar essas metas envolverá várias ações de comunicação, mas essas iniciativas não serão detalhadas completamente neste plano. No primeiro trimestre de 2024, será elaborado e compartilhado o relatório de atividades sobre a execução do plano.

6.2 Metas Setoriais e Gerenciais

6.2.1 Metas setoriais de comunicação

META 1

Definir instrumentos para criar e fomentar uma cultura de comunicação clara e inclusiva realizada pela ANAC com os públicos estratégicos.

Essa meta tem o objetivo de estabelecer instrumentos que promovam uma cultura de comunicação clara e inclusiva com seus públicos estratégicos. Isso poderá envolver a identificação e estabelecimento de ferramentas, métodos ou estratégias que serão utilizadas para melhorar a comunicação. Poderão ser incluídos criação de diretrizes de comunicação, desenvolvimento de materiais educativos, implementação de plataformas online, entre outros.

Objetivos Estratégicos Específicos relacionados:

Responsabilidade da Ascom

OEE 12.4. Potencializar ações no âmbito da Agência visando uma cultura mais inclusiva.

Colaboração da Ascom

OEE 4.7. Promover ações visando fomentar o aumento da participação feminina no setor regulado.

OEE 4.8. Promover ações de combate à discriminação no transporte aéreo.

OEE 9.4. Adotar uma comunicação *omni channel* personalizada com os regulados/usuários, centrando os serviços no cidadão e implantando uma plataforma integrada para oferta proativa e personalizada dos serviços da ANAC.

META 2

Melhorar a aferição sobre a percepção de imagem dos diversos públicos sobre o trabalho realizado pela Agência, com implementação de mecanismos internos e externos de mensuração de resultados.

A meta refere-se a iniciativas para avaliar e entender como diferentes grupos de pessoas percebem as ações e desempenho da Agência. A intenção é possibilitar que a ANAC possa avaliar como é percebida pelos vários públicos com os quais interage. A “percepção de imagem” refere-se à visão, opinião e reputação que esses públicos têm em relação à Agência. Os resultados da aferição servirão para subsidiar a Ascom na elaboração de mecanismos de interação mais efetivos e compreensíveis entre a ANAC e seus públicos, promovendo uma maior transparência e entendimento mútuo.

Objetivos Estratégicos Específicos relacionados:

Responsabilidade da Ascom

OEE 7.4. Implementar ferramentas e consolidar mecanismos internos e externos para mensuração de resultados da comunicação da Agência com servidores, regulados, cidadãos e sociedade.

Colaboração da Ascom

OEE 7.3. Aprimorar os mecanismos de coleta, auditoria e comunicação de dados, relatórios e estudos estatísticos, tarifários, financeiros e sobre pontualidade e regularidade.

OEE 11.6. Consolidar os dados chaves de todas UDVDs e implantar Plano de Qualidade de Dados na ANAC.

META 3

Impulsionar a imagem institucional da ANAC, dando ênfase em aspectos positivos, integradores e dinâmicos da agência.

Aqui poderão ser desenvolvidas campanhas de comunicação que destaquem os sucessos, realizações, contribuições positivas e ações que destaquem o papel da ANAC no desenvolvimento do setor de aviação civil. Isso pode incluir casos de sucesso, iniciativas inovadoras e melhorias significativas no setor. A meta relaciona-se com ações de comunicação que contribuirão para dar maior transparência das atividades da ANAC, comunicando abertamente suas ações, decisões e resultados.

Objetivos Estratégicos Específicos relacionados:

Responsabilidade da Ascom

OEE 4.6. Promover a redução de conflitos no transporte aéreo através da educação para o consumo, regulação por incentivos e melhoria da fiscalização.

OEE 7.1. Aproximar a sociedade do processo decisório da Diretoria.

OEE 7.2. Aprimorar a publicidade das decisões relevantes decorrentes do processo sancionador, demonstrando entendimentos e atuação da Agência.

OEE 13.1. Adequar equipamentos e estruturas físicas da Agência para o novo perfil da instituição visando o aumento de eficiência e integração dos servidores.

Colaboração da Ascom

OEE 11.7. Fomentar a adoção de Inteligência Artificial para melhoria da eficiência e melhor atendimento ao cidadão.

OEE 12.1. Efetivar as trilhas de capacitação como instrumento de gestão e planejamento no desenvolvimento dos servidores.

6.2.2 Metas gerenciais

Gerência Técnica de Comunicação Integrada (GTCI)

META 1

Contribuir para o aprimoramento da experiência do servidor(a)/colaborador(a) no acesso a informações e serviços internos.

Objetivos Estratégicos Específicos relacionados:

Responsabilidade da Ascom

OEE 7.5. Aumentar a presença da Agência em novos canais digitais.

OEE 11.1. Aprimorar a experiência do servidor/colaborador no consumo de serviços internos.

OEE 13.1. Adequar equipamentos e estruturas físicas da Agência para o novo perfil da instituição visando o aumento de eficiência e integração dos servidores.

Colaboração da Ascom

OEE 11.2. Fortalecer a governança e a gestão da segurança das informações.

OEE 11.6. Consolidar os dados chaves de todas UDVDs e implantar Plano de Qualidade de Dados na ANAC.

META 2

Desenvolver projeto para orientar e aprimorar a comunicação descentralizada, ampliando o efetivo de servidores/colaboradores capacitados para auxiliar no alcance dos objetivos institucionais que demandam atividades comunicacionais.

Objetivos Estratégicos Específicos relacionados:

Responsabilidade da Ascom

OEE 7.5. Aumentar a presença da Agência em novos canais digitais.

OEE 11.1. Aprimorar a experiência do servidor/colaborador no consumo de serviços internos.

Colaboração da Ascom

OEE 12.1. Efetivar as trilhas de capacitação como instrumento de gestão e planejamento no desenvolvimento dos servidores.

Gerência Técnica de Relações Públicas (GTRP)

META

Consolidar o planejamento e a execução dos eventos institucionais focado na jornada da experiência dos participantes e na aproximação com seus públicos-alvo.

Objetivos Estratégicos Específicos relacionados:

Responsabilidade da Ascom

OEE 12.4. Potencializar ações no âmbito da Agência visando uma cultura mais inclusiva.

Colaboração da Ascom

OEE 8.1. Fomentar a integração regional dos países no transporte aéreo.

Gerência Técnica de Relações com a Imprensa (GTRI)

META

Ampliar e aperfeiçoar a presença da ANAC em canais digitais perante regulados e público interno, disseminando de forma mais efetiva o papel, as atribuições e as ações da Agência.

Objetivos Estratégicos Específicos relacionados:

Responsabilidade da Ascom

OEE 4.6. Promover a redução de conflitos no transporte aéreo através da educação para o consumo, regulação por incentivos e melhoria da fiscalização.

OEE 7.1. Aproximar a sociedade do processo decisório da Diretoria.

OEE 7.2. Aprimorar a publicidade das decisões relevantes decorrentes do processo sancionador, demonstrando entendimentos e atuação da Agência.

OEE 7.5. Aumentar a presença da Agência em novos canais digitais.

Colaboração da Ascom

OEE 4.1. Promover ações de incentivos à adoção do Diário de Bordo Eletrônico.

OEE 4.3. Realizar ações que promovam e incentivem a segurança operacional a exemplo de Segurança em Foco e *Safety Management Summit* – SMS.

OEE 4.7. Promover ações visando fomentar o aumento da participação feminina no setor regulado.

OEE 4.8. Promover ações de combate à discriminação no transporte aéreo.

OEE 6.4. Implementar ações que elevem a proteção dos passageiros, bagagens e cargas nos principais terminais aeroportuários brasileiros.

6.3 Demandas de Comunicação

As demandas de comunicação referem-se às necessidades, solicitações ou expectativas de informação e interação que surgem em diversos contextos. Essas demandas podem envolver diferentes tipos de comunicação, como comunicação institucional, externa, interna, audiovisual, ações educativas, entre outras.

As solicitações resultam em serviços ofertados pela Ascom, como a elaboração de conteúdos noticiosos, criação de peças gráficas, realização de eventos, produção de campanhas, articulação e relacionamento com veículos de comunicação, manutenção e atualização de canais de comunicação internos e externos etc.

Para que esses serviços tenham relação direta com a estratégica organizacional e possam concretizá-la, a Ascom utiliza o sistema Santos Dumont para inclusão e previsão de demandas no PCI, as quais servirão para que a Ascom possa se organizar e se planejar antecipadamente ao longo do ano.

A priorização de demandas é essencial para a eficiência e eficácia do processo comunicativo, especialmente em situações em que há várias necessidades, mas os recursos são limitados. Critérios como impacto estratégico significativo nos objetivos organizacionais, situações de crise que exijam uma resposta institucional imediata, demandas que tenham maior relevância ou impacto para grupos prioritários ou que possuam potencial impacto na reputação da ANAC, na eficiência operacional ou na segurança da aviação civil, serão considerados pela Ascom ao estabelecer prioridades para o atendimento.

Além do sistema do PCI, a Ascom implementou, no final de 2023, ferramenta de gestão de marketing digital por meio da qual todos os servidores e colaboradores da Ascom poderão centralizar suas atividades de comunicação digital em uma única plataforma. Essa centralização impacta diretamente na redução de custos, aumento de produtividade e eficiência na mensuração de resultados em comunicação, além de facilitar os pedidos de serviços internos, dar maior dinamismo na realização de tarefas e oferecer maior praticidade no gerenciamento global de demandas realizadas pela Ascom.

6.3.1 Levantamento das necessidades de comunicação

O sistema PCI foi criado para que as unidades organizacionais da ANAC possam incluir suas necessidades de comunicação com antecedência. A partir disso, a Ascom conseguirá realizar o levantamento das demandas para analisar as necessidades que estejam alinhadas com os objetivos estratégicos, as diretrizes e as metas estabelecidas pela Assessoria de Comunicação Social.

As demandas deverão estar obrigatoriamente relacionadas a, pelo menos, um objetivo estratégico e um objetivo estratégico específico (diretriz) para que sejam atendidas.

É necessário que as áreas descrevam objetivamente suas necessidades, considerando o que é a demanda (divulgação, evento, campanha e/ou peças gráficas) e a data em que deverá ser concluída.

Ficará a cargo da Ascom a análise e orientação sobre quais canais serão utilizados, que tipos de peças de comunicação serão criadas, a quais públicos serão destinadas e se há necessidade da criação ou não de página específica para a necessidade elencada.

No caso de solicitações de peças gráficas, a área demandante deverá informar a data desejada para recebimento das peças, o tipo de necessidade (diagramação, identidade visual, infográfico, vídeo,

banner e outros), se haverá a necessidade de criação de página eletrônica, qual o público a que se destina (interno e/ou externo) e o número de páginas a serem diagramadas, quando for o caso.

Especificamente, no caso de eventos, a área demandante deverá sinalizar a data exata de quando o evento irá ocorrer ou o período (número de dias de evento), o formato (presencial, híbrido ou online), a abrangência (nacional ou internacional), o tipo (webinário, workshop, seminário, palestra etc) e o local de realização.

Essas informações prévias à execução das demandas proporcionam uma compreensão abrangente das necessidades, das expectativas e dos desafios que a área de comunicação pode enfrentar, além de permitir maior eficácia na alocação de recursos, melhorar o atendimento às expectativas das áreas demandantes, possibilitar uma gestão proativa de crises, identificar oportunidades de comunicação e facilitar adaptações a mudanças no ambiente externo, como novas tendências, regulamentações ou desafios específicos do setor, entre outras práticas.

Para isso, a Ascom abrirá janelas de edição mensais no sistema PCI para que as áreas solicitantes possam inserir e atualizar as demandas. As informações levantadas serão utilizadas para embasar as estratégias de comunicação da Ascom, bem como para prever orçamentos e recursos necessários. É importante salientar que a Ascom reconhece que a previsão de demandas de comunicação é um processo dinâmico e que, como em qualquer planejamento, está sujeita a alterações. Mas reforça também que quanto maior for a antecedência da inserção ou atualização no sistema, maior será a chance de atendimento nas condições adequadas exigidas por cada demanda. O cronograma atualizado, os pontos focais de cada unidade e outras informações estão disponíveis na [página Plano de Comunicação Institucional \(PCI\) na intranet](#).

PROVÁVEIS JANELAS DE EDIÇÃO EM 2024

| | |
|--|--------------------|
| 1º trimestre | 25 a 29 de março |
| Junho | 3 a 7 de junho |
| Julho | 1º a 5 de julho |
| Agosto | 1º a 9 de agosto |
| Setembro | 2 a 6 de setembro |
| Outubro | 1º a 11 de outubro |
| Novembro | 4 a 8 de novembro |
| Dezembro (inclui levantamento para 2024) | 2 a 13 de dezembro |

6.4 Regras Gerais de Operações de Comunicação

As regras gerais servirão para estabelecer diretrizes e princípios orientadores para garantir eficácia, consistência e alinhamento nas atividades de comunicação da Agência. Elas são essenciais para estabelecer padrões e boas práticas que contribuem para uma comunicação clara, coerente e alinhada aos objetivos estratégicos da ANAC, além de promoverem maior eficiência na entrega de serviços e produtos pela Ascom.

A Assessoria de Comunicação baseia-se em manuais de redação para a elaboração de textos jornalísticos, os quais servem para dar maior clareza, precisão e objetividade na comunicação da informação. Por essa razão, as demandas enviadas pelas áreas técnicas para a Ascom passarão por uma transformação textual para adaptação às especificidades e necessidade de comunicação, bem como aos moldes jornalísticos, quando for o caso, de modo a simplificar a linguagem, evitando jargões técnicos que possam dificultar a compreensão por parte dos públicos de interesse.

Após elaboração ou adaptação pela Ascom, os textos enviados não sofrerão ajustes de forma e serão encaminhados aos demandantes apenas para validação e verificação sobre eventuais erros materiais. Além disso, cabe à Ascom definir os melhores canais de divulgação, sugerir as peças gráficas mais adequadas e adaptar as mensagens aos diferentes públicos, considerando suas necessidades, interesses e seu nível de compreensão.

A Ascom não faz, a priori, coberturas fotográficas de reuniões internas realizadas no âmbito da ANAC, mas poderá contribuir para eventuais divulgações que tenham relevância para a Agência.

Peças gráficas e design de identidades visuais são criadas pela equipe da Ascom. Esses materiais passarão apenas por uma validação técnica da área demandante para que verifique se a informação contém ou não erros que possam prejudicar sua compreensão. A equipe da GTCI possui profissionais capacitados para criação dessas peças e é a responsável pela produção dos materiais.

As produções noticiosas da Ascom terão como norte documentos como o Manual de Redação, atualizado em 2023 e com publicação prevista para o 1º trimestre de 2024, o Manual de Posicionamento em Redes Sociais, previsto para ser publicado no 1º trimestre de 2024, e o futuro Manual de Acessibilidade, que deve ser elaborado em 2024.

A Ascom também revisará os produtos e serviços de comunicação ofertados e atualizará os que já estão disponíveis na intranet da Agência. É importante que os servidores e colaboradores da ANAC tenham conhecimento sobre os produtos e serviços para que possam realizar solicitações de demandas de comunicação com maior precisão e objetividade.

6.5 Pesquisa de Opinião

A ANAC realizou, em outubro de 2023, sua segunda pesquisa de opinião pública (a primeira foi realizada em 2021), com o objetivo de mensurar o índice de percepção do papel e da imagem da Agência por seu público regulado e pela sociedade. Com a pesquisa, torna-se possível obter mais insumos para o aprimoramento contínuo do desempenho das atividades da ANAC, além de fornecer subsídios para que a Ascom aprimore sua estratégia de comunicação.

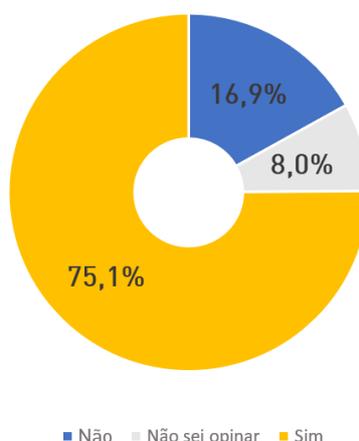
A viabilização desse projeto foi resultado de um trabalho conjunto entre a Assessoria de Comunicação e as superintendências da ANAC e, em 2023, o escopo dos tópicos abordados foi ampliado para possibilitar maior clareza sobre a opinião dos públicos a respeito dos assuntos relacionados à aviação civil e à Agência.

A fase quantitativa da pesquisa, dividida em duas frentes, teve como públicos-alvo os regulados e os usuários (passageiros) do transporte aéreo nacional. A consulta voltada aos regulados obteve 639 respostas a perguntas objetivas sobre os serviços e a atuação institucional, as funções regulatória e fiscalizatória e os canais corporativos de comunicação da ANAC. A pesquisa feita com passageiros contou com 424 respondentes. O questionário abordou temas como a percepção geral do usuário quanto às atividades desempenhadas pela ANAC e o seu papel no sistema de aviação civil brasileiro, as principais dificuldades enfrentadas pelos passageiros em um contexto de viagem aérea e os desencadeamentos atrelados.

Para este Plano de Comunicação Institucional (PCI), levaremos em consideração apenas as respostas da pesquisa de opinião que dizem respeito à imagem da ANAC, aos canais de comunicação utilizados pela Agência, às informações veiculadas, à linguagem utilizada, além do acesso às redes sociais e ao papel e à reputação da ANAC.

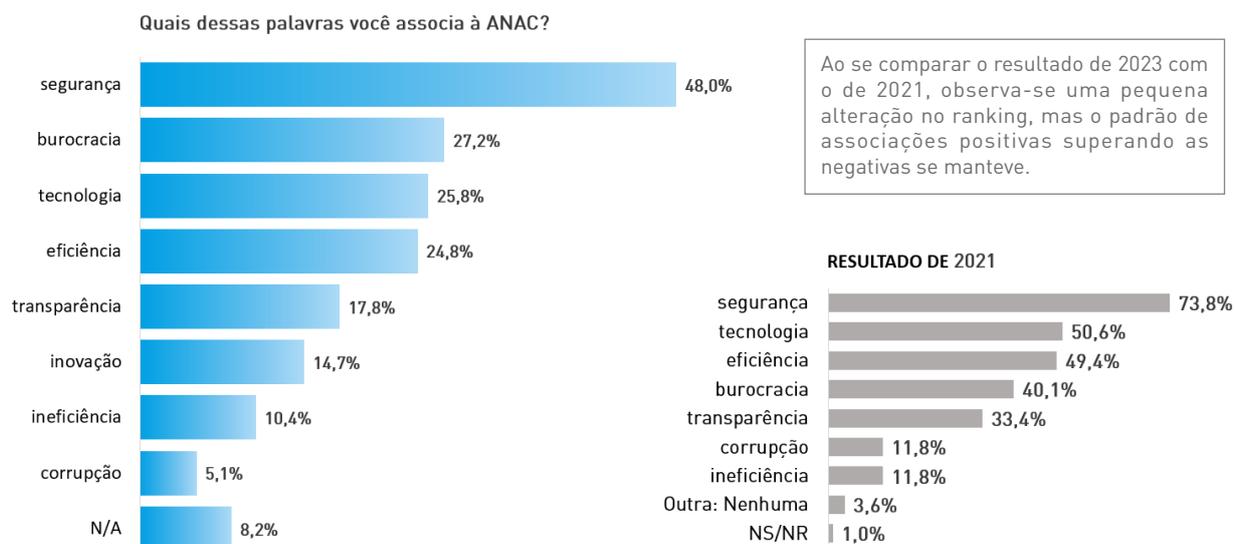
6.5.1 Resultados Quantitativos

Dos 639 regulados que responderam a pergunta “Você considera a ANAC referência na promoção da segurança e no desenvolvimento da aviação civil?”, 75,1% disseram que sim, 16,9% disseram que não e 8% não souberam opinar.



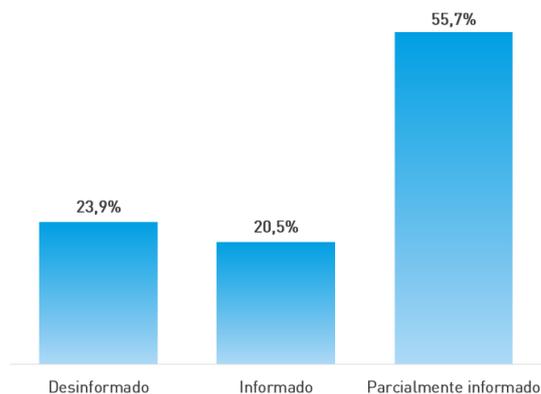
Esse resultado poderá ser aproveitado pela Ascom para fortalecer os aspectos positivos da Agência, incluindo campanhas que enfatizem os sucessos, os avanços em segurança e desenvolvimento da aviação civil. Já para os quase 17% que não consideram a ANAC uma referência e os 8% que não opinaram, é importante compreender as razões e intensificar ações de transparência das atividades da ANAC, fornecendo atualizações regulares sobre iniciativas, regulamentações e conquistas. Isso poderá contribuir para a formação de opiniões positivas e esclarecimento de dúvidas.

Na pesquisa realizada com passageiros (424 pessoas), ainda quanto à imagem da ANAC, os entrevistados foram perguntados sobre quais palavras associam à Agência. O termo segurança foi assinalado por 48% dos respondentes, seguido de burocracia (27,2%), tecnologia (25,8%), eficiência (24,8%), transparência (17,8%), inovação (14,7%), ineficiência (10,4%) e corrupção e (5,1%). Em comparação com a pesquisa realizada em 2021, o padrão de associações positivas que superam as negativas se manteve.



No entanto, é possível perceber que parcela significativa de respondentes consideram a Agência burocrática, evidenciando a necessidade de melhoria da simplificação da linguagem e explicações mais claras sobre direitos e deveres dos passageiros.

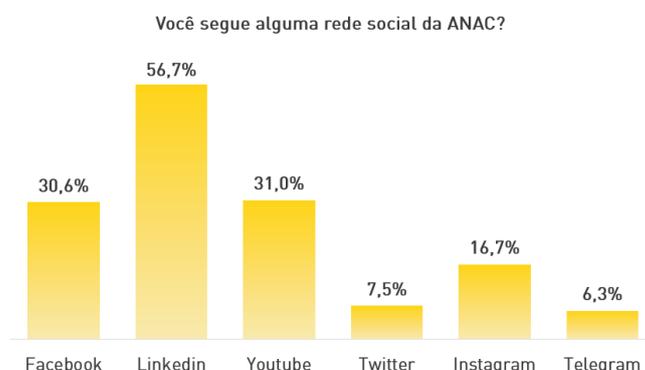
Ainda em relação a direitos e deveres dos passageiros, a pesquisa demonstrou que somente 20,5% dos respondentes se consideraram 'informados' sobre eles, enquanto 55,7% disseram ser 'parcialmente informados' e 23,9% afirmaram ser 'desinformados'. O resultado indica que uma parcela significativa dos entrevistados se considera parcial ou totalmente desinformada em relação aos seus direitos e deveres como passageiros do transporte aéreo. Nesse sentido, será crucial implementar melhorias na comunicação para abordar essa lacuna de informação.



Com relação à linguagem utilizada pela Agência, na pergunta "Como você avalia a linguagem e as informações das notícias e páginas publicadas no portal da ANAC?", 376 pessoas (58,8%) avaliaram que a ANAC geralmente tem linguagem acessível e objetividade nas informações, 10% relataram ter dificuldade para entender os textos informativos, 17,4% são indiferentes e não utilizam o portal da Agência como fonte de informação e 13,8% não avaliaram. Esse dado indica a necessidade de realizar ações de promoção dos outros canais de comunicação da ANAC, a exemplo de redes sociais e newsletters, como forma alternativa para aqueles que possam encontrar dificuldades no portal ou não o utilizam.

A intensificação de campanhas de promoção dos canais digitais da ANAC se mostra necessária quando se verifica que apenas 39,4% dos entrevistados seguem as redes sociais da ANAC e, destes, 56,7% seguem o LinkedIn, 31% seguem o Youtube e 30,6% o Facebook. O Instagram, rede social mais recente da ANAC, lançada em agosto de 2023, vem em seguida, com 16,7%. O resultado corrobora a necessidade de criação de campanhas de promoção para incentivar a adesão às demais redes sociais, além do LinkedIn, e destacar os benefícios de seguir a ANAC

nessas plataformas, aumentando o engajamento por meio de respostas a comentários, perguntas e mensagens diretas. Outra forma é estabelecer um diálogo ativo com os seguidores para criação de um senso de comunidade e interação.



O resultado da pesquisa de opinião ajudará a Ascom a elencar prioridades nas solicitações de demandas para que a imagem e a reputação da Agência possam ser trabalhadas estrategicamente, na identificação dos pontos fortes que devem ser mantidos e aprimorados, bem como dos pontos fracos que precisam de atenção e melhorias. O levantamento fornece também dados valiosos para a tomada de decisões estratégicas, ajudando a Ascom a direcionar recursos para demandas prioritárias.

A etapa qualitativa da pesquisa, ainda em andamento, consiste na aplicação de entrevistas em profundidade e na realização de grupos focais com o público regulado. O objetivo é complementar e aprofundar os temas inicialmente abordados na fase quantitativa.

6.6 Públicos de Interesse

Os públicos de interesse da ANAC são públicos internos ou externos com os quais a Agência se relaciona e que ofereçam ou sofram potencial impacto em relação à atuação da instituição.



Estão elencados abaixo os principais públicos de interesse da ANAC, inclusive aqueles que são atualmente acompanhados pela Ascom. A listagem não é exaustiva, podendo ser considerados outros públicos que venham a se tornar segmentos de interesse da Agência.

6.6.1 Público interno

Força de trabalho

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

Setor Regulado

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

Poder Executivo

- Agências reguladoras
- Ministério de Portos e Aeroportos, Ministério da Defesa, Ministério da Fazenda, Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania, Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos, entre outros
- Secretaria Nacional de Aviação Civil (SAC)
- Empresas públicas
- Presidência da República (Casa Civil, Secretaria de Relações Institucionais da Presidência da República, Secretaria de Comunicação Social e Conselho do Programa de Parcerias e Investimentos)

Poder Judiciário

- Tribunais de Primeira e Segunda Instâncias
- Superior 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)
- Controladoria-Geral da União (CGU)
- Ministério Público da União (MPU)

Defesa e Segurança

- Força Aérea Brasileira (FAB)
- Departamento de Polícia Federal (DPF)
- 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
- Redes sociais
- Influenciadores digitais

Sociedade

- Usuários do transporte aéreo
- Sociedade em geral, ainda que não usuária do transporte aéreo, mas que pode ser afetada pelas atividades da aviação civil

Associações do setor, Conselho Consultivo e entidades de classe

- Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear)
- Associação Brasileira de Agências de Viagem (Abav)
- 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* (ERAU)
- Instituto Tecnológico da Aeronáutica (ITA)
- Universidade Anhembi Morumbi
- Universidade Federal do Ceará (UFC)
- Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
- Universidade de São Paulo (USP)
- Outras universidades que desenvolvam pesquisa ou trabalhos relacionados à aviação

7 - REFERÊNCIAS

Lei Geral das Agências Reguladoras - [Lei nº 13.848, de 25 de junho de 2019](#)

Lei de criação da Agência Nacional de Aviação Civil - [Lei nº 11.182, de 27 de setembro de 2005](#)

Regimento Interno da ANAC - [Resolução nº 381, de 14 de junho de 2016](#)

[Plano Estratégico da ANAC - Portaria nº 46, de 7 de janeiro de 2020](#), que aprova o Plano Estratégico da ANAC para o período de 2020 a 2026.

[Plano de Diretrizes Estratégicas \(PDE\) - Portaria nº 13.024, de 30 de outubro de 2023](#), que aprova o Plano de Diretrizes Estratégicas da ANAC para o biênio 2024-2025.

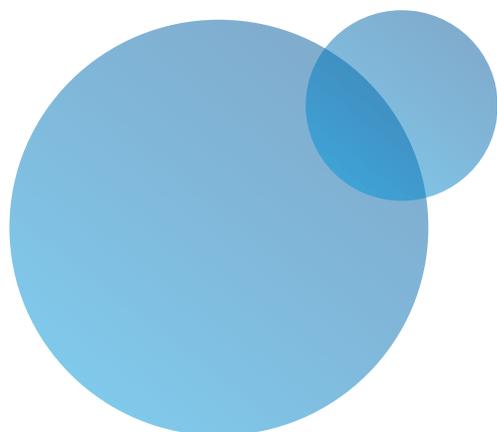
Política de Comunicação Institucional da ANAC - [Instrução Normativa nº 124, de 5 de julho de 2018](#).

[Plano de Comunicação Institucional \(PCI\) - Portaria nº 11.548, de 5 de junho de 2023](#), que altera o Plano de Comunicação Institucional de 2023 da ANAC.

Sistema Santos Dumont para inclusão de demandas no PCI - <https://santosdumont.anac.gov.br/menu/r/api/pci/necessidade?session=6922634129002>

Manual de Redação da ANAC - <https://intranet.anac.gov.br/comunicacao/arquivos/ManualdeRedaoDIAGRAMADO.pdf>

Serviços da Ascom - <https://extranet.anac.gov.br/comunicacao/servicos>





Plano de
**COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL
2024**