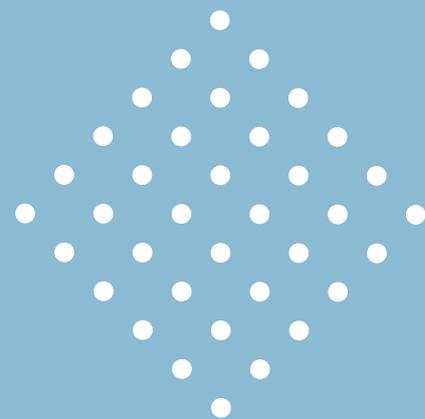


Plano de  
**COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL  
2025**



Plano de  
**COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL  
2025**

# SUMÁRIO

## Plano de Comunicação Institucional

<b>1. Apresentação</b>	<b>4</b>
<b>2. Públicos de interesse da Anac</b>	<b>5</b>
2.1 Público interno	5
2.2 Público externo	5
<b>3. Missão, visão e valores da Ascom</b>	<b>8</b>
3.1 Missão	8
3.2 Visão	8
3.3 Valores	8
<b>4. Atribuições da Ascom</b>	<b>9</b>
4.1 Planejamento estratégico de comunicação	9
4.2 Produção de conteúdo	9
4.3 Relações com a imprensa	9
4.4 Gestão de crises	9
4.5 Comunicação interna	9
4.6 Gerenciamento de redes sociais	9
4.7 Organização de eventos e ações institucionais	10
4.8 Monitoramento de imagem e reputação	10
4.9 Identidade visual e institucional	10
4.10 Consultoria e orientação	10
<b>5. Estrutura organizacional da Ascom</b>	<b>11</b>
5.1 Gerência Técnica de Design e Dados Digitais (GTDD)	11
5.2 Gerência Técnica de Planejamento de Eventos Institucionais (GTPE)	11
5.3 Gerência Técnica de Imprensa e Conteúdo (GTIC)	12
<b>6. Desafios da comunicação da Anac em 2025</b>	<b>13</b>
<b>7. Premissas de comunicação</b>	<b>13</b>
<b>8. Estratégias e priorização de ações de comunicação</b>	<b>14</b>
<b>9. Entregas estratégicas</b>	<b>15</b>
<b>10. Links úteis para o público interno</b>	<b>15</b>
<b>11. Referências</b>	<b>16</b>

## 1. Apresentação

O Plano de Comunicação Institucional (PCI) da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) é um documento publicado anualmente para orientar as atividades de comunicação interna e externa da Agência, com o objetivo de fortalecer a imagem institucional e definir os critérios de priorização para o trabalho realizado pela Assessoria de Comunicação Social (Ascom).

Elaborado conforme o [Planejamento Estratégico da Anac 2020-2026](#) e o [Plano de Diretrizes Estratégicas da Anac 2024-2025](#), este plano está alinhado aos objetivos estratégicos da Agência, com foco na divulgação de informações relevantes e úteis para os públicos estratégicos.

O PCI permite que a Ascom organize suas ações, considerando contextos, objetivos, públicos, canais e recursos, para executar as demandas ao longo de 2025 e apoiar a missão institucional de garantir a segurança e a excelência da aviação civil. A implementação de um sistema, em 2022, para registro das necessidades de comunicação pelas Unidades Diretamente Vinculadas à Diretoria (UDVDs) favoreceu a análise das solicitações e o maior alinhamento das ações de comunicação aos objetivos estratégicos da Anac.

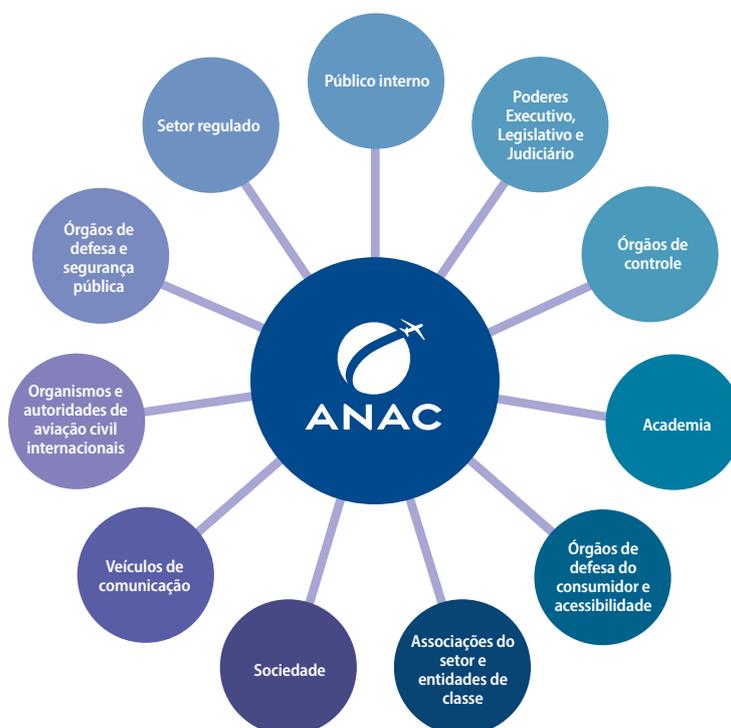
Além do sistema do PCI, outra iniciativa aprimorou a gestão da comunicação em 2024, por meio da contratação de uma ferramenta digital para atendimento dos serviços internos de comunicação. A plataforma centraliza os pedidos das UDVDs, gerando maior controle das demandas, agilidade e eficiência na mensuração de resultados.

A ferramenta oferece a possibilidade de vincular o pedido das unidades a um ou mais objetivos estratégicos da Anac, critério utilizado para a priorização dos atendimentos. Dessa forma, cria-se um fluxo organizado e estratégico para o desenvolvimento das atividades.

Com esses avanços, busca-se integrar as ações de comunicação da Ascom e coordenar mensagens e canais para garantir uma comunicação clara e eficaz, entregando qualidade e resultados efetivos para toda a sociedade.

## 2. Públicos de interesse da Anac

A Anac relaciona-se com públicos internos e externos que oferecem ou sofrem potencial impacto em relação à atuação da instituição.



### 2.1 Público interno

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

### 2.2 Público externo

#### 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 do Turismo, Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania, Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos, Ministério das Mulheres, Ministério da Igualdade Racial, 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**

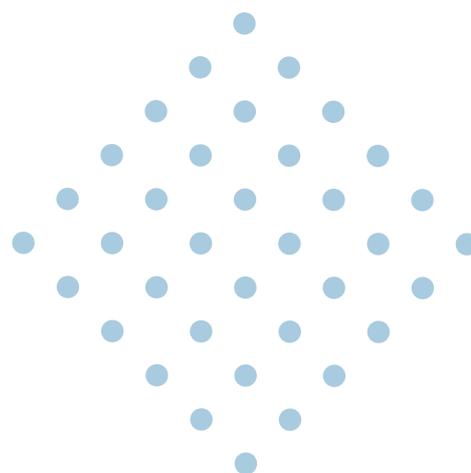
- Força Aérea Brasileira (FAB)
- Departamento de Controle do Espaço Aéreo (Decea)
- Centro de Investigação e Prevenção de Acidentes Aeronáuticos (Cenipa)
- Departamento de Polícia Federal (DPF)
- Agência Brasileira de Inteligência (Abin)

## 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 Transporte Aéreo (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 Agência

## Associações e entidades do setor

- Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear)
- Aeroportos do Brasil (ABR)
- Associação Brasileira de Agências de Viagem (Abav)
- Sindicato Nacional dos Aeronautas (SNA)
- Sindicato Nacional 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

## 3. Missão, visão e valores da Ascom

### 3.1 Missão

Comunicar o papel da Anac com clareza e consolidar a imagem de excelência da Agência.

### 3.2 Visão

Tornar a Anac referência em comunicação clara e estratégica.

### 3.3 Valores

**Clareza:** comunicar em linguagem simples para tornar a comunicação compreensível e acessível a todos os públicos, incluindo pessoas com diferentes níveis de conhecimento e necessidades.

**Colaboração:** trabalhar em parceria com as unidades da Anac e instituições do setor para fortalecer as ações na aviação civil, com estímulo ao espírito colaborativo e à discussão de ideias.

**Respeito à diversidade:** considerar e respeitar as diferenças culturais, sociais e regionais dos públicos ao desenvolver estratégias de comunicação.

**Transparência:** garantir que as informações sejam claras, acessíveis e verdadeiras, promovendo confiança pública.

**Eficiência:** utilizar os recursos de comunicação de forma estratégica para atingir os objetivos da Anac de forma rápida e eficaz.

## 4. Atribuições da Ascom

### 4.1 Planejamento estratégico de comunicação

- Desenvolve e implementa planos de comunicação alinhados aos objetivos da Anac.
- Define estratégias para atingir diferentes públicos de interesse.
- Institui o Plano de Comunicação Institucional com as diretrizes da comunicação para o ano.

### 4.2 Produção de conteúdo

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

### 4.3 Relações 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.

### 4.4 Gestão de crises

- 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 o externo.

### 4.5 Comunicação interna

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

### 4.6 Gerenciamento de redes sociais

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

#### **4.7 Organização de 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.

#### **4.8 Monitoramento de imagem e reputação**

- 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.

#### **4.9 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.

#### **4.10 Consultoria e orientação**

- Assessoria a Diretoria, superintendentes e gerentes em questões de comunicação, como a concessão de 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.

## 5. Estrutura organizacional da Ascom

### 5.1 Gerência Técnica de Design e Dados Digitais (GTDD)

A GTDD é a área que cuida da criação de identidades visuais para produtos, campanhas e ações de comunicação da Agência, com materiais audiovisuais, cobertura fotográfica e materiais gráficos para diferentes tipos de publicação, zelando pela correta aplicação da marca da Anac. A gerência também gerencia o portal e a intranet da Agência, realizando o levantamento e o acompanhamento de dados desses meios. Por fim, planeja e implementa ferramentas digitais para apoiar as atividades de comunicação.

#### Principais serviços:

- Criação e atualização de páginas eletrônicas no portal, na intranet ou em hotspots administrados pela Ascom;
- Criação de identidades visuais para campanhas e projetos da Agência;
- Programação visual de publicações impressas ou eletrônicas e de peças de comunicação da Anac, como cartazes, cartilhas, projetos gráficos, entre outros;
- Produção e edição de vídeos institucionais;
- Diagramação de cartões de visita impressos ou digitais.

### 5.2 Gerência Técnica de Planejamento de Eventos Institucionais (GTPE)

A GTPE é responsável por planejar, organizar, promover e acompanhar eventos da Agência, tanto internos quanto externos. Também cuida das ações de cerimonial em eventos solenes da Anac e atua como intermediária em atividades de apoio e representação institucional. O objetivo é garantir que os eventos e as aparições públicas da Agência sejam relevantes e contribuam para os objetivos estratégicos da instituição.

#### Principais serviços:

- Realização de eventos institucionais nacionais e internacionais, dentro e fora das dependências da Anac;
- Apoio institucional a eventos de outras organizações públicas ou privadas, com o objetivo de fortalecer a imagem da Anac;
- Acompanhamento de representação institucional quando há participação de servidor em ação de interesse institucional, na qualidade de representante da Anac.

### **5.3 Gerência Técnica de Imprensa e Conteúdo (GTIC)**

A GTIC é responsável por produzir, publicar e monitorar conteúdos sobre a Anac e a aviação civil, mantendo o público interno e a sociedade atualizados sobre as ações da Anac. O trabalho abrange criação de campanhas, divulgação de eventos, produção de conteúdo, relacionamento com a imprensa, planejamento estratégico em comunicação, gestão de crise de imagem, redação de notas oficiais, entre outras atividades.

#### **Principais serviços:**

- Produção e divulgação de conteúdo jornalístico sobre a Anac para diferentes canais e públicos de relacionamento;
- Cobertura jornalística de eventos de interesse institucional;
- Atendimento à imprensa;
- Assessoramento em entrevistas;
- Elaboração de campanhas institucionais de comunicação;
- Definição de planejamento estratégico para projetos e ações prioritários;
- Criação de conteúdo para mídias digitais e redes sociais.

## 6. Desafios da comunicação da Anac em 2025

Um dos maiores desafios enfrentados pela Assessoria de Comunicação Social da Anac é a escassez de servidores na área, que impede a configuração de força de trabalho adequada para absorver a quantidade substancial de demandas institucionais de comunicação.

Na tentativa de superar esse obstáculo, uma das estratégias em andamento é a instrução processual para celebrar um novo contrato de prestação de serviços de comunicação, mais alinhado às necessidades institucionais dos últimos anos. A expectativa é que a conclusão do processo licitatório ocorra ainda no primeiro semestre de 2025, de modo a assegurar a manutenção e o aperfeiçoamento das entregas de comunicação da Agência.

Além do quadro de pessoal, a Ascom busca recompor e atualizar equipamentos, ferramentas e utilitários tecnológicos, recursos essenciais para uma comunicação digital efetiva e inovadora.

Apesar das dificuldades enfrentadas, a Ascom é uma área orientada para entregas e, mesmo com a ausência de todos os recursos adequados (humanos, técnicos e de suporte), persegue a excelência nas ações de comunicação estratégicas para a Agência, refletindo-se em ganhos para toda a sociedade.

## 7. Premissas de comunicação

Para garantir que a comunicação institucional seja eficiente, clara e estratégica em 2025, a Ascom lista abaixo as premissas que norteiam a comunicação da Anac e que devem ser respeitadas na execução das demandas.

- Os profissionais da Ascom têm competência e autonomia para produzir e editar conteúdos preparados pelas unidades conforme as técnicas de redação jornalística e linguagem simples;
- Quando necessário, as áreas da Anac têm competência para revisar aspectos técnicos dos conteúdos produzidos pela Ascom, não de estilo de redação;
- A priorização de demandas leva em conta a vinculação com os objetivos estratégicos da Anac, as entregas estratégicas da Ascom e as análises da Diretoria Colegiada;
- O prazo para atendimento das demandas de comunicação é definido pela Ascom, levando-se em consideração critérios como relevância, impacto, recursos disponíveis, urgências, público de interesse, entre outros;
- Solicitações com prazos urgentes serão tratadas como demandas emergenciais se o atendimento imediato justificar a excepcionalidade de tratamento;
- As solicitações à Ascom devem ser enviadas com antecedência para o adequado planejamento e atendimento da demanda;
- A execução do trabalho de comunicação requer competências técnicas, interpessoais e éticas, razões pelas quais o atendimento não pode ser realizado de forma precipitada;
- A produção de conteúdo prioriza características como clareza, objetividade, atratividade e assertividade.

## 8. Estratégias e priorização de ações de comunicação

Em 2025, a Ascom terá como foco o resultado baseado em suas entregas, conforme o novo modelo do Programa de Gestão e Desempenho (PGD) da Anac. As metas setoriais e gerenciais serão transformadas em entregas estratégicas, resultando em maior praticidade e objetividade na hora de mensurar os resultados das atividades exercidas pela Ascom.

A Ascom manterá a parceria com todas as áreas da Anac, por meio da interlocução com os gestores de conteúdo ou pontos focais, que são servidores indicados formalmente pelo titular da Unidade Diretamente Vinculada à Diretoria (UDVD) para atuar na produção, edição ou sugestão de conteúdo para divulgação nos canais de comunicação da Anac.

A priorização de demandas será realizada pela Assessoria de Comunicação Social a partir de critérios como alinhamento com objetivos estratégicos da Anac e com as entregas estratégicas da Ascom, impacto, alcance, relevância, urgência, riscos, experiência do usuário, transparência, reputação institucional, segurança na aviação civil, inserção no Plano de Comunicação Institucional, alinhamento com a Diretoria e capacidade de atendimento.

É importante que as unidades enviem os pedidos com a maior antecedência possível pela ferramenta de atendimento de demandas. Ao preencher a solicitação, deve-se indicar os objetivos estratégicos da Agência que serão alcançados com a demanda e a entrega estratégica da Ascom à qual a demanda está vinculada.

É importante esclarecer, ainda, que a Ascom é a área responsável por definir o formato, a linguagem, o cronograma e os canais mais adequados para as ações de comunicação da Agência. Se a Ascom considerar a divulgação inadequada ou inoportuna, o solicitante será informado sobre essa decisão.



## 9. Entregas estratégicas

As entregas estratégicas da Assessoria de Comunicação Social da Anac atendem ao objetivo estratégico da Anac de “Fortalecer a comunicação e o papel da Agência”, abrangendo ações, materiais e resultados que contribuem diretamente para os objetivos institucionais e para o fortalecimento da imagem e reputação da Anac. Essas entregas vão além das tarefas operacionais, envolvendo planejamento, criatividade e alinhamento estratégico:

1. Fortalecimento de projetos prioritários;
2. Aprimoramento da experiência do servidor e do colaborador com a comunicação interna;
3. Aproximação com o público regulado;
4. Aperfeiçoamento do relacionamento com a imprensa;
5. Fomento da linguagem simples;
6. Fortalecimento da cultura de *safety*;
7. Fortalecimento da cultura da diversidade e inclusão;
8. Fortalecimento da presença digital institucional;
9. Fortalecimento da cultura de gerenciamento de crise;
10. Monitoramento e fortalecimento da imagem e reputação institucional;
11. Robustecimento da cultura de mensuração de resultados e do uso estratégico de dados em comunicação;
12. Aprimoramento de eventos institucionais para os públicos interno e externo.

## 10. Links úteis para o público interno

[Sistema do PCI](#): inclusão de necessidades de comunicação das unidades

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

[Manual de Redação da Anac](#)

## 11. 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](#)

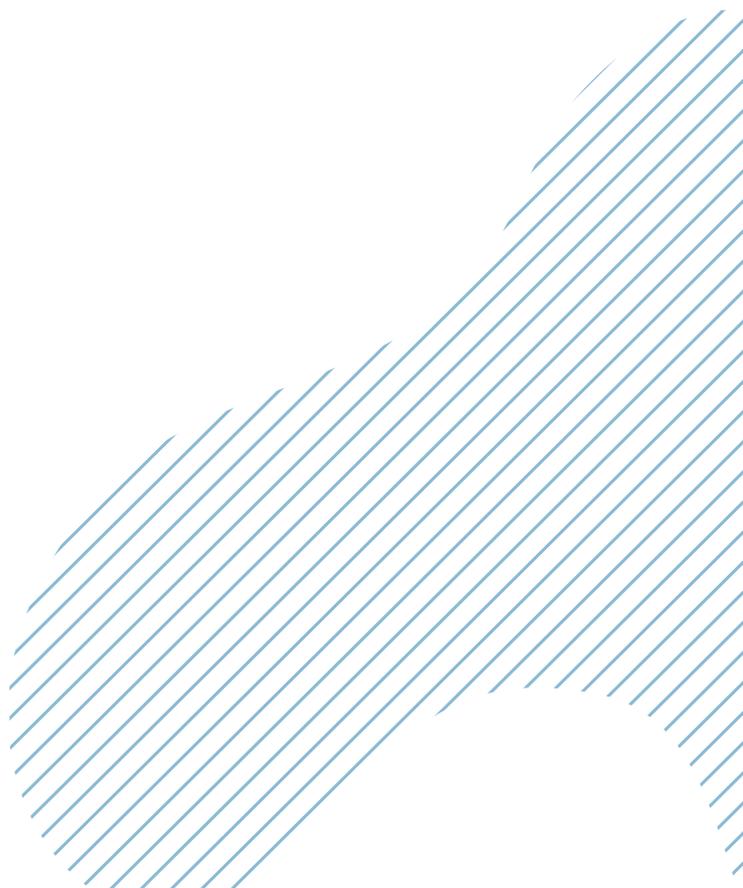
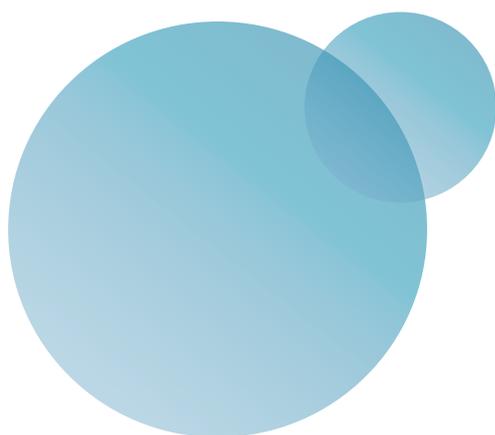
Regimento Interno da Anac - [Resolução nº 381, de 14 de junho de 2016](#)

[Plano Estratégico da Anac 2020 a 2026 - Portaria nº 46, de 7 de janeiro de 2020](#)

[Plano de Diretrizes Estratégicas \(PDE\) 2024 a 2025 - Portaria nº 13.024, de 30 de outubro de 2023](#)

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

Critérios para planejamento e execução das ações de comunicação da Anac - [Instrução Normativa nº 125, de 5 de julho de 2018](#)





Plano de  
**COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL  
2025**