

Plano de **Comunicação ANP** — 2024 —

Superintendência de Comunicação e
Relações Institucionais - SCI

MARÇO DE 2024



SUMÁRIO

- 1. APRESENTAÇÃO**
- 2. A SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INSTITUCIONAIS (SCI)**
 - 2.1 Atribuições da SCI
 - 2.2 Equipe e organograma
 - 2.3 Públicos de relacionamento
- 3. MAPA ESTRATÉGICO DA ANP**
- 4. CENÁRIO E DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO**
 - 4.1 Cenário
 - 4.2 Indicadores de desempenho e diagnóstico
 - 4.2.1 Imprensa
 - 4.2.2 Site da ANP
 - 4.2.3 Redes sociais
 - 4.2.4 Eventos da ANP
 - 4.2.5 Relações institucionais
 - 4.2.6 Comunicação interna
- 5. PLANEJAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO 2024**
 - 5.1 Atividades previstas pelas áreas da ANP em 2024
 - 5.2 Ações planejadas
 - 5.2.1 Mês do Consumidor 2024
 - 5.2.2 Dia Internacional da Mulher
 - 5.2.3 25 anos do PRH-ANP
 - 5.2.4 Vídeo institucional
 - 5.2.5 Videocast ANP
 - 5.2.6 Eventos da ANP
 - 5.2.7 Participação em eventos externos e relações institucionais
 - 5.2.8 Imprensa
 - 5.2.9 Newsletters
 - 5.2.10 Redes sociais
 - 5.2.11 Guia de Atuação da ANP nas Redes Sociais
 - 5.2.12 Publicações
 - 5.2.13 Comunicação interna
 - 5.2.14 Site da ANP
 - 5.2.15 Gestão de contratos

1. APRESENTAÇÃO

A Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) é a agência reguladora responsável por promover a regulação, a contratação e a fiscalização das atividades econômicas integrantes da indústria do petróleo, do gás natural e dos biocombustíveis. Vinculada ao Ministério de Minas e Energia, é a autarquia federal responsável pela execução da política nacional para esses setores, com foco na garantia do abastecimento de combustíveis e na defesa dos interesses dos consumidores.

Em seu Mapa Estratégico para o período 2021-2024, a ANP definiu como sua visão “ser reconhecida por sua atuação dinâmica e transparente, com foco na proteção ao consumidor e na evolução dos mercados regulados”. Para cumprir essa visão, a Comunicação possui um papel essencial, pois amplia a publicidade e a transparência dos atos da Agência.

O Plano de Comunicação da ANP apresenta, anualmente, as ações previstas para o ano em curso, bem como indicadores de desempenho relacionados à Comunicação no ano anterior. A publicação é elaborada pela Superintendência de Comunicação e Relações Institucionais (SCI) em consonância com o Mapa Estratégico e outros instrumentos de planejamento e gestão da ANP.

O Plano de Comunicação atende à Lei Geral das Agências Reguladoras – Lei nº 13.848/ 2019, que trata da gestão, organização, processo decisório e controle social a ser observado pelas agências reguladoras federais do país. De acordo com essa norma, as agências devem implementar planos de comunicação voltados à divulgação, com caráter informativo e educativo, de suas atividades e dos direitos dos usuários perante a reguladora e as empresas que compõem o setor regulado.

O funcionamento da SCI, diretamente responsável por este Plano de Comunicação, trazendo suas atribuições e o mapeamento dos públicos com os quais a Agência se relaciona está detalhado na seção 2. A terceira seção aborda o Mapa Estratégico da ANP, com sua missão, visão, valores e objetivos. A quarta apresenta o cenário político-econômico-social atual do setor regulado e do país, bem como os indicadores de desempenho da comunicação da ANP em 2023. Já a quinta seção traz o planejamento das ações de comunicação para 2024, realçando os principais projetos e ações programadas, com base no Mapa Estratégico, no cenário atual, nos indicadores de desempenho do ano anterior e nas demandas das demais áreas da Agência, bem como o cenário dos recursos financeiros de que a SCI necessita para a realização efetiva das atividades esperadas.

2. A SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INSTITUCIONAIS (SCI)

2.1 Atribuições da SCI

Compete à Superintendência de Comunicação e Relações Institucionais (SCI), de acordo com o Regimento Interno da ANP, publicado em 2020:

- Promover e zelar pela imagem institucional da ANP e divulgar suas competências e atuação;
- Promover a divulgação de informações sobre o setor do petróleo, gás natural e biocombustíveis;
- Gerir a marca ANP em todas as suas aplicações, assegurar a padronização visual do material informativo, técnico e promocional e coordenar sua produção;
- Elaborar, implementar e acompanhar o plano de comunicação da ANP, alinhado aos objetivos do Mapa Estratégico;
- Gerir os canais de comunicação internos e externos da ANP e assegurar a integração nas mensagens;
- Coordenar a interlocução com os veículos de comunicação e assessorar os porta-vozes em entrevistas;
- Disponibilizar, acompanhar e analisar o noticiário sobre a ANP e sobre o setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis;
- Gerir a comunicação da ANP em situações de crise que envolvam a instituição e o setor;
- Coordenar a estrutura e a gestão do conteúdo do sítio da ANP na internet (www.gov.br/anp), bem como dos sítios interligados;
- Coordenar, desenvolver e executar a comunicação interna da ANP, incluindo a gestão da Intranet;
- Promover o planejamento e a realização de eventos de cunhos institucional e técnico da ANP, de caracteres externo e interno;
- Apoiar a realização de audiências públicas e prover a infraestrutura e recursos necessários;
- Coordenar as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, e apoios institucionais;
- Coordenar o planejamento e a implementação das ações de relacionamento institucional no exterior para fins de promoção e atração de investimentos;
- Organizar missões, coordenar agenda e participação de dirigentes em eventos internacionais;
- Organizar visitas à ANP de delegações estrangeiras com objetivos de cooperação técnica, em articulação com o Ministério de Relações Exteriores.

2.2 Equipe e organograma

A SCI conta com 22 colaboradores, sendo eles servidores e terceirizados, e está dividida nas seguintes coordenações, além da Assessoria da Superintendência:

- **Assessoria da Superintendência** - responsável pela gestão dos perfis oficiais da ANP nas redes sociais; pesquisa e roteiro para vídeos institucionais e para o Videocast ANP; planos de comunicação para eventos; campanhas nas redes sociais; e newsletter externa;
- **Coordenação de Imprensa** - responsável pelo relacionamento da ANP com a imprensa (incluindo respostas a demandas de jornalistas, agendamento e acompanhamento de entrevistas individuais e coletivas, treinamento de porta-vozes, entre outras atividades), elaboração e divulgação de comunicados à imprensa, monitoramento da exposição da Agência nos meios de comunicação;
- **Design e Comunicação Interna** - responsável pela gestão da logomarca e do padrão visual da Agência, design para publicações impressas e digitais, elaboração de peças gráficas para redes sociais, gravação e edição de vídeos, além de identidade visual para eventos de médio e grande portes, incluindo estandes. Quanto à Comunicação Interna, a coordenação é responsável pelo planejamento, criação e execução das ações, campanhas e administração da Intranet, bem como dos demais canais internos (comunicados por e-mail; descanso de tela dos computadores; canais físicos no Escritório Central; newsletter interna Destaques da Semana);
- **Relações Institucionais e Gestão** - responsável pela participação da ANP e apoio institucional em eventos nacionais e internacionais, estabelecimento de parcerias com outras instituições e países e organização de missões a eventos internacionais ou *road shows* com o objetivo de atrair investimentos ao Brasil. Além disso, também é atribuição da coordenação a gestão dos contratos e planejamento financeiro, os processos para novas aquisições de materiais e serviços para a SCI e o apoio aos gestores da superintendência nas demandas administrativas e financeiras;
- **Eventos** - responsável pelo planejamento, coordenação e contratação dos serviços e da infraestrutura para a realização dos eventos internos e externos promovidos pela ANP, incluindo audiências públicas e reuniões de Diretoria, ou, em alguns casos, eventos com participação da Agência. Acompanha ainda a montagem, a execução e o atendimento em estandes, além da desmontagem dos eventos.
- **Coordenação de Sites** – responsável pela organização da estrutura, layout e gestão do conteúdo do Site da ANP (www.gov.br/anp) e da página das Rodadas de Licitações (www.gov.br/anp/pt-br/rodadas-anp). Faz a revisão, edição, atualização e publicação do

conteúdo recebido das unidades organizacionais, além de elaborar conteúdo em forma de textos, infográficos e imagens.

A figura abaixo apresenta o organograma da SCI:

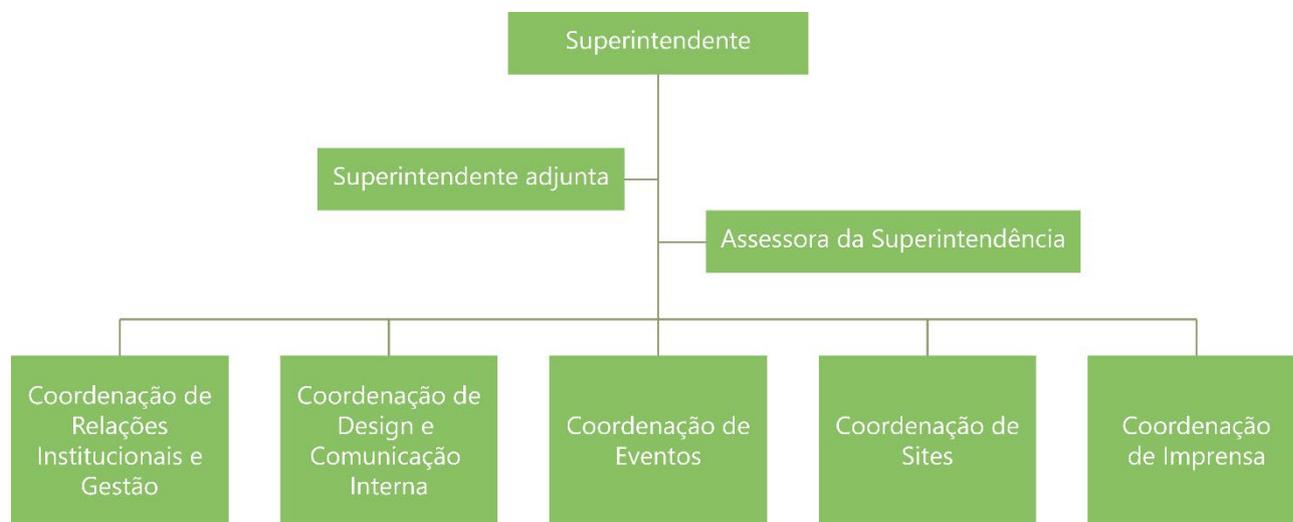


Figura 1. Organograma da SCI

É importante destacar ainda que a SCI conta com três contratos administrativos, relacionados aos serviços de comunicação corporativa, apoio para eventos e clipping. No caso do contrato de comunicação corporativa, são disponibilizados quatro profissionais terceirizados, que dão apoio exclusivamente à ANP, nas coordenações de Imprensa e Rede Sociais; Design e Comunicação Interna; e Sites.

2.3 Públicos de relacionamento

A ANP se relaciona com públicos que afetam ou podem ser afetados por sua atuação como reguladora do setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis. Esse relacionamento se dá pelas diferentes unidades organizacionais que compõem a Agência. A SCI busca uniformizar o discurso para que a mensagem seja sempre coerente com os objetivos estratégicos da ANP.

De forma resumida, os principais públicos de relacionamento da ANP são:

- **Público interno:** servidores (com ou sem vínculo efetivo, cedidos e requisitados), estagiários e prestadores de serviços terceirizados;

- **Público externo:** agentes regulados e associações que os representam; Poderes Executivos Federal, Estadual e Municipal; Poderes Legislativos Federal, Estadual e Municipal; Poder Judiciário; Ministérios Públicos; órgãos de controle; agências reguladoras federais, estaduais e municipais; demais instituições públicas; academia e institutos de pesquisa; imprensa; ONGs; consumidores de produtos regulados pela Agência; e sociedade em geral.

3. MAPA ESTRATÉGICO DA ANP

O atual Mapa Estratégico da ANP compreende o período 2021-2024 e representa visualmente a estratégia da instituição. O documento apresenta os desafios que a Agência precisa enfrentar para cumprir sua missão e realizar sua visão de futuro, bem como orienta a definição das iniciativas estratégicas – programas, projetos e ações – que serão levados adiante para se alcançarem os objetivos.

A missão da ANP, definida no Mapa Estratégico, é a de "Criar um ambiente que amplie a atração de investimentos e promova a concorrência, regulando e fiscalizando em prol de operações seguras e sustentáveis e da garantia do abastecimento nacional". Alinhada a ela, consta também a visão da Agência, que é "Ser reconhecida por sua atuação dinâmica e transparente, com foco na proteção ao consumidor e na evolução dos mercados regulados". Por fim, a ANP apresenta como seus valores a integridade, a transparência e a cooperação.

O Mapa Estratégico da ANP 2021-2024, que se encontra abaixo, na figura 2, traz ainda os objetivos estratégicos da instituição, divididos em três temas: "Resultados"; "Processos internos"; e "Aprendizagem e crescimento".

MAPA ESTRATÉGICO



MISSÃO	Criar um ambiente que amplie a atração de investimentos e promova a concorrência, regulando e fiscalizando em prol de operações seguras e sustentáveis e da garantia do abastecimento nacional
VISÃO	Ser reconhecida por sua atuação dinâmica e transparente, com foco na proteção ao consumidor e na evolução dos mercados regulados
VALORES	Integridade – Transparência – Cooperação



Figura 2. Mapa Estratégico ANP 2021-2024

4. CENÁRIO E DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO

A SCI utiliza, como base principal para a construção do planejamento das ações de comunicação, o Mapa Estratégico da ANP, mencionado no capítulo anterior, que apresenta missão, visão, valores e objetivos da Agência. São considerados também outros instrumentos de gestão e planejamento, que trazem ações objetivas, como a Agenda Regulatória – ações regulatórias previstas para o período – e o Plano de Gestão Anual – que consolida ações, resultados e metas planejados pela instituição para o ano em questão.

É observado também, no planejamento da comunicação, o cenário sociopolítico e econômico atual envolvendo o setor regulado pela Agência e o país como um todo.

Outros vetores utilizados são os indicadores de desempenho das ações realizadas no ano anterior, que passam por uma análise crítica para verificar quais ações obtiveram os resultados esperados e quais precisam ser readequadas para o ano seguinte.

São utilizadas ainda, como base para o planejamento, as demandas das demais áreas da ANP que envolvem ações de comunicação.

A seguir serão apresentadas essas premissas e, na sessão seguinte, o planejamento das ações para 2024.

4.1 Cenário

Em 2024, são esperados desafios para a ANP relacionados ao cenário sociopolítico e econômico atual do país e do mundo, em especial no que diz respeito à transição energética. Trata-se de tema que impacta diretamente a atuação da Agência, que regula o setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis.

O mundo busca hoje a transição para uma economia de baixo carbono. Na Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas de 2015, foi estabelecido o Acordo de Paris, do qual o Brasil é signatário, com compromissos para avançar rumo à neutralidade de carbono. [Para a ONU](#), é preciso “construir uma verdadeira coalizão mundial em prol da neutralidade de carbono até 2050”.

Nesse contexto, diversas empresas do setor de petróleo vêm se reposicionando como empresas de energia e redirecionando investimentos a projetos ligados a energias renováveis. O que tem sido observado é que o mercado está cada vez mais seletivo com os seus investimentos no segmento de petróleo e gás natural.

O Brasil já possui, hoje, uma das matrizes energéticas mais limpas do mundo, com 47,4% de fontes renováveis, segundo o Balanço Energético Nacional 2023, da Empresa de Pesquisa Energética (EPE). E várias medidas vêm sendo tomadas para ampliar ainda mais o posicionamento do país nesse contexto.

Se pensarmos especificamente nas perspectivas para 2024 relacionadas à ANP, destacam-se projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional que trazem novas atribuições à Agência voltadas para o hidrogênio de baixo carbono e para captura, uso e armazenamento de carbono (CCUS). Internamente, a ANP já vem se preparando para essas possíveis novas atribuições.

É importante ressaltar também o projeto Combustível do Futuro, em tramitação no Congresso Nacional, com um conjunto de propostas para combustíveis sustentáveis de aviação, diesel verde, etanol e CCUS.

Tudo isso se soma às atividades já reguladas pela ANP que possuem relação com a transição energética, como os biocombustíveis e a aplicação dos recursos da Cláusula de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), presente nos contratos para exploração e produção de petróleo e gás natural. Essa cláusula prevê que um percentual da receita de grandes campos produtores seja investido em PD&I e, nos últimos anos, a Agência tem incentivado a destinação a projetos relacionados à transição energética.

Além dos desafios regulatórios para a ANP como um todo, esse contexto, em especial as prováveis novas atribuições, trarão desafios para a Comunicação. Entre eles, o de explicar, interna e externamente, de forma acessível, o que significam essas atividades, bem como divulgar todas as novas medidas atribuídas à Agência.

Além do tema da transição energética, outros assuntos podem ser apontados como destaques para a Comunicação da ANP em 2024. Entre eles, encontram-se: comemoração dos 25 anos do Programa de Recursos Humanos da ANP (PRH-ANP); Dia do Consumidor (15 de março), que exige a elaboração de novas ações de comunicação a cada ano; possíveis ciclos da Oferta Permanente (principal modalidade atual de licitação de áreas para exploração e produção de petróleo e gás natural), cuja realização depende de declaração de interesse das empresas; entre outros. As ações previstas para fazer frente a esses desafios serão detalhadas na seção 5.2.

Esse cenário demonstra que, em 2024, haverá muitos desafios do ponto de vista da comunicação, para os quais a SCI se encontra preparada. Ao longo do ano, a Superintendência dará continuidade ao seu trabalho de informar a sociedade e dar transparência às ações e serviços da

ANP, com foco no interesse público, por meio de seus canais oficiais, internos e externos, do relacionamento com a imprensa.

4.2 Indicadores de desempenho e diagnóstico

A SCI utiliza alguns indicadores de desempenho para fazer um diagnóstico que permite identificar as ações que obtiveram resultados positivos e as que precisam ser readequadas e mantidas no ano seguinte. Os indicadores elaborados a partir das ações de 2023 estão listados abaixo.

4.2.1 Imprensa

Um dos indicadores são os comunicados à imprensa produzidos e publicados no site, além de enviados diretamente aos jornalistas. Entre janeiro e dezembro de 2023, foram divulgados um total de 337 releases e atendidas 1.024 demandas da imprensa, como pedidos de informações, solicitações de entrevistas e esclarecimentos de dúvidas.

Esse trabalho resultou em um número expressivo de matérias na imprensa com menção à ANP em 2023: 10.997. A grande maioria delas (79,2%) de teor positivo e apenas 0,7% de teor negativo (os 20,1% restantes foram neutros).

Na avaliação da SCI, esses resultados demonstram a assertividade do trabalho de relacionamento com a imprensa, tanto nas divulgações ativas quanto nas ações reativas, ou seja, de resposta a demandas recebidas. Indicam, assim, que as ações devem ser mantidas nos mesmos padrões realizados em 2023: transparência na comunicação dos assuntos relativos à ANP, em especial com temas com potencial para gerarem crises ou atingirem a imagem da Agência; e respostas rápidas, claras, objetivas e corretas aos jornalistas.

Tabela 1. Matérias na imprensa com menções à ANP em 2022			
Nº de matérias positivas	Nº de matérias neutras	Nº de matérias negativas	Total de matérias
8.710	2.211	76	10.997

Fonte: FSB Comunicação

4.2.2 Site da ANP

Também é utilizado como indicador o número de acessos ao Site da ANP na internet, que é uma importante fonte de informação para os agentes regulados e a sociedade em geral. Por meio deste canal, que cumpre o objetivo de dar transparência às ações da Agência, são divulgados dados, legislação, documentos, entre outras informações sobre o setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis.

Esse indicador permite medir o resultado das ações voltadas a melhorar o conteúdo e a navegabilidade do Site, bem como das ações de divulgação para estimular o acesso dos agentes regulados e da sociedade em geral.

Ao longo de 2023, o Site da ANP teve 5,3 milhões de visualizações, realizadas por 631,1 mil usuários únicos (ou seja, número de pessoas que visitaram as páginas do Site). No ano, foram publicadas 181 novas páginas, sendo que o Site inteiro já soma 5,2 mil páginas, que são mantidas e atualizadas pela SCI. Foram ainda publicados 3,9 mil arquivos ao longo do ano, totalizando 14 mil arquivos no Site atualmente.

Na avaliação da SCI, o expressivo número de acessos demonstra a qualidade do conteúdo do Site, bem como da estrutura e da facilidade de navegação, que continuarão sendo constantemente aprimoradas para manter o padrão ao qual o mercado e a sociedade estão habituados.

Destaca-se que, em 2023, o Site foi totalmente revisado. Esse trabalho envolveu a adequação do conteúdo à técnica da Linguagem Simples; melhora da navegação, tornando-a mais intuitiva e capaz de proporcionar a melhor experiência do usuário (UX); e atualização de conteúdos defasados.

Também é importante ressaltar a revisão de novos painéis dinâmicos publicados pelas áreas técnicas utilizando ferramenta de *business intelligence*. Esses painéis são avaliados do ponto de vista da experiência de navegação do usuário, da padronização do layout e do conteúdo.

4.2.3 Redes sociais

A ANP possui perfis institucionais no Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram e YouTube. Eles são utilizados para a disseminação de informações sobre a ANP, regras do setor, orientações aos agentes econômicos e consumidores e divulgação de campanhas e materiais didáticos. A SCI também faz a moderação de comentários e responde às perguntas dos seguidores.

Os perfis institucionais da ANP fecharam o ano de 2023 com mais de 81 mil seguidores no LinkedIn; quase 55 mil no Twitter/X; mais de 37 mil no Facebook; e quase 19 mil no Instagram (o perfil mais recente da ANP, criado em março de 2021). Ao longo do ano, a ANP fez 2.546 publicações nessas redes, conforme detalhamento abaixo:

Tabela 2. Quantidade de posts nos perfis da ANP nas redes sociais em 2023				
LinkedIn	Twitter	Facebook	Instagram	Total
516	1.514*	306	210	2.546

*São contabilizadas separadamente as postagens em sequência de dois ou mais tweets

Fonte: Elaboração própria

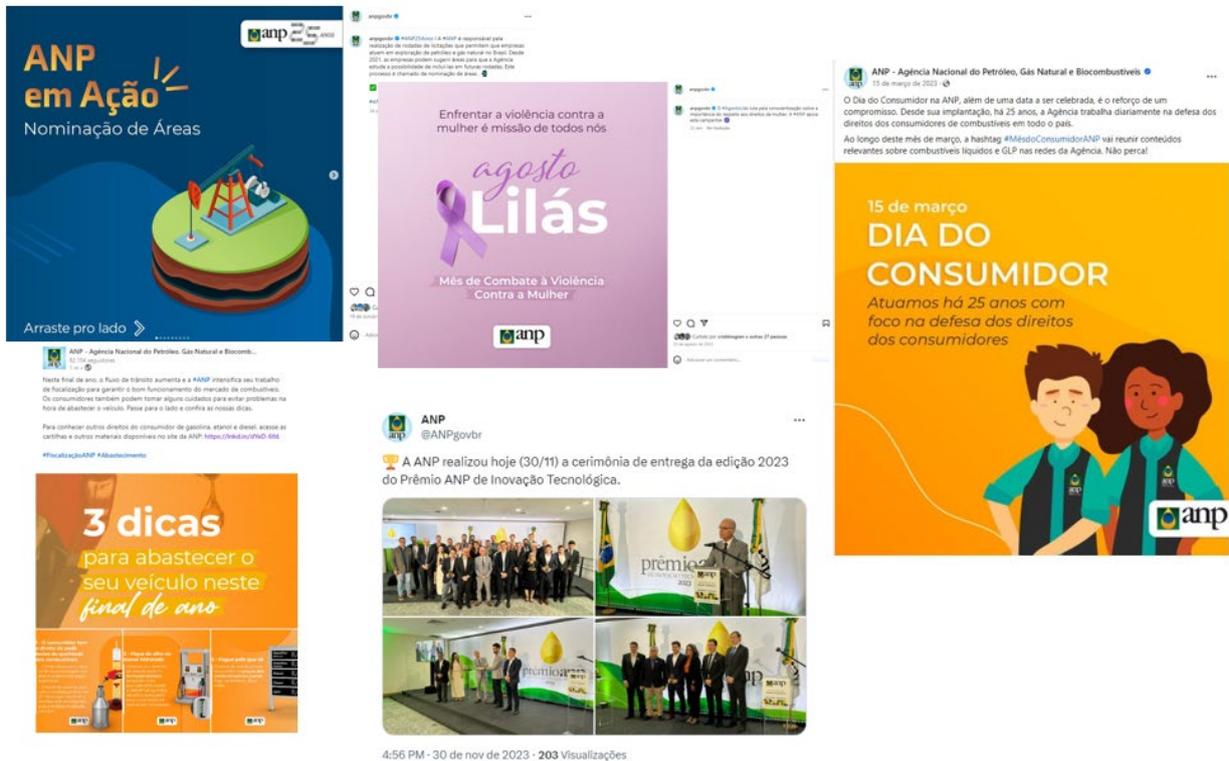


Figura 3. Exemplos de posts nas redes sociais em 2023

Por meio das redes sociais, também é possível medir o sentimento da sociedade relação à ANP, a partir do monitoramento das menções à Agência em postagens de terceiros. Em 2023, foram identificadas 30.737 postagens mencionando a ANP, que atingiram 175,5 milhões de usuários. O sentimento nessas publicações foi majoritariamente positivo, como mostra o gráfico abaixo:

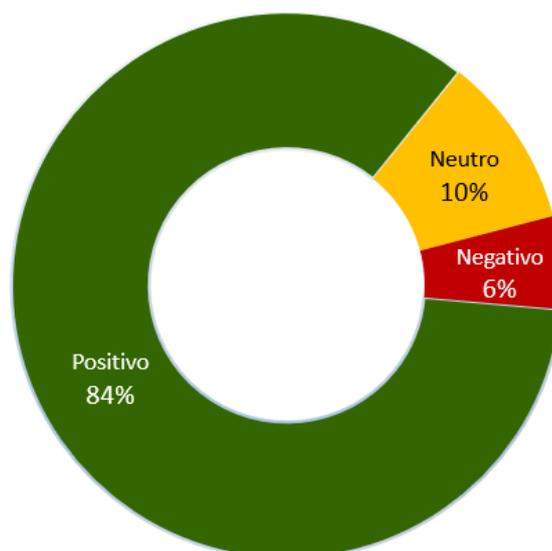


Figura 4. Gráfico de sentimento em relação à ANP nas redes sociais – 2023. Fonte: FSB Comunicação

É importante destacar que a SCI não conta com orçamento para publicidade ou impulsionamento de posts nas redes sociais. Assim, os resultados alcançados são fruto de divulgação orgânica, a partir de um planejamento que visa ao melhor aproveitamento possível dos algoritmos de cada plataforma, levando em consideração as particularidades dos públicos de cada rede. O aumento no número de seguidores nas redes sociais proprietárias, bem como o sentimento majoritariamente positivo demonstram a assertividade dessa estratégia, que será mantida e aprimorada em 2024.

Em 2023, além da divulgação das atividades da ANP como reguladora, foram elaboradas campanhas sobre temas específicos. Destacam-se: 25 anos da Agência; orientações aos consumidores sobre o mercado de combustíveis; intensificação das postagens sobre as ações de fiscalização; 25 anos da Cláusula de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I); ciclos da Oferta Permanente de áreas para exploração e produção realizados no ano; séries didáticas sobre exploração e produção de petróleo e gás natural e sobre biocombustíveis, bem como adesão a campanhas de conscientização da população, como Agosto Lilás e Outubro Rosa.

4.2.4 Eventos da ANP

Outro indicador das atividades realizadas pela SCI são os eventos, que visam aproximar a ANP não só dos agentes regulados, mas de toda a sociedade. Em 2023, foram executados 84 eventos, a grande maioria virtuais ou híbridos, por sua capacidade de democratizar o acesso a workshops, audiências públicas e outras iniciativas da Agência.

Tabela 3. Eventos realizados pela SCI em 2023	
Tipo de evento	Quantidade
Workshops, seminários e palestras	31
Audiências públicas	16
Rodadas de licitação	2
Prêmio ANP de Inovação Tecnológica	1
Reuniões da Diretoria Colegiada*	21
Participação em feira com estande	1
Eventos internos em comemoração aos 25 anos da ANP	12
Total	84

Fonte: Elaboração própria

**As reuniões da Diretoria Colegiada da ANP são tratadas aqui como eventos porque são transmitidas ao vivo, o que traz um caráter público aos encontros. A transmissão é realizada pela SCI, assim como ocorre com os demais eventos da ANP.*

Entre os destaques do ano, encontram-se: 12 eventos internos em comemoração aos 25 anos da ANP (um deles para quase 500 pessoas, que participaram de forma presencial ou remotamente, e os demais distribuídos nos sete escritórios da Agência); XI Workshop de Segurança Operacional e Meio Ambiente - SOMA (público de 250 pessoas e mais de mil visualizações da gravação no YouTube); 1º Fórum de Tecnologia e Inovação da ANP (130 convidados e transmissão ao vivo, com 1,5 mil visualizações); Prêmio ANP de Inovação Tecnológica 2023 (também para 130 convidados presenciais e 1,4 mil visualizações da transmissão); 4º Ciclo da Oferta Permanente de Concessão e 2º Ciclo da Oferta Permanente de Partilha (quase cinco mil visualizações no YouTube); 16 audiências públicas (transmissões somaram 8,3 mil visualizações); e 21 Reuniões de Diretoria (público online de 9,7 mil visualizações).

Os dados de participação e visibilidade dos eventos promovidos pela ANP são um indicador do alcance do objetivo da Agência de se aproximar de seus públicos, trocar informações e experiências com outros órgãos públicos, mercado regulado e sociedade, e ser fonte de dados e conhecimento sobre o setor de petróleo, gás e biocombustíveis.

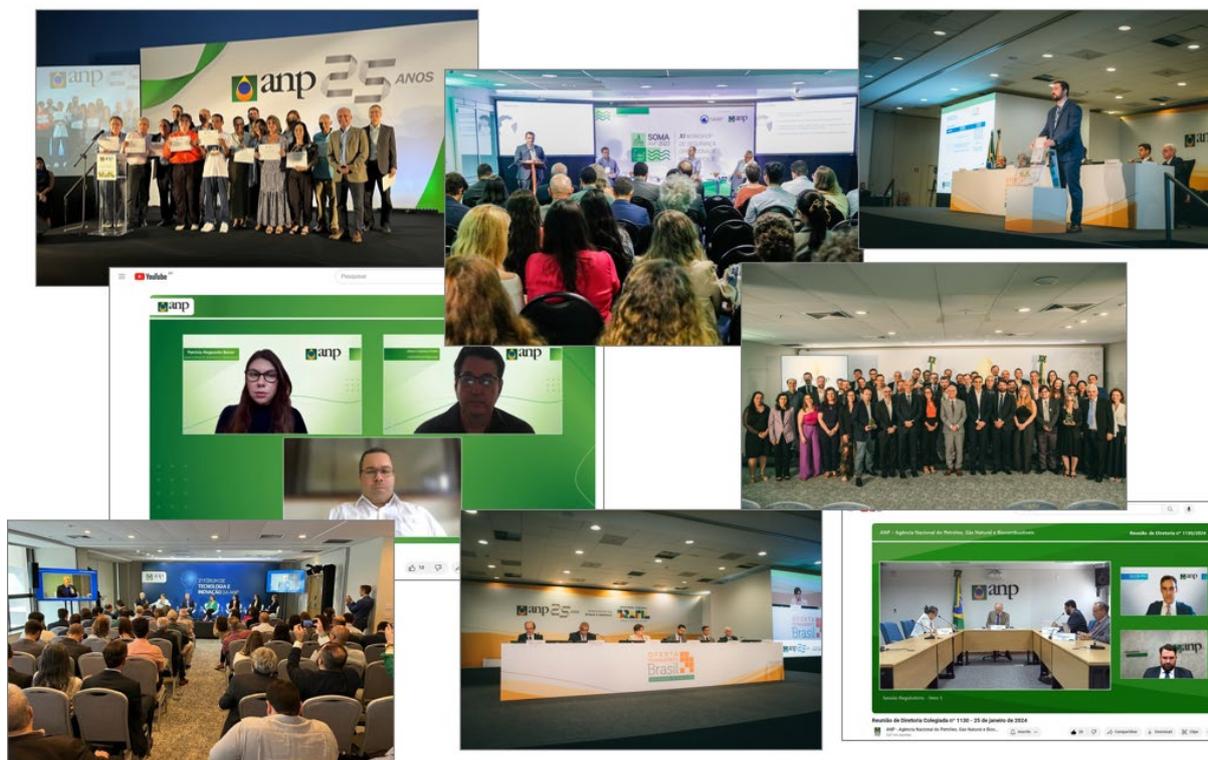


Figura 5. Eventos presenciais, híbridos e virtuais realizados pela ANP em 2023

4.2.5 Relações institucionais

Em 2023, foram realizadas ações de intercâmbio com nove países. O plano de trabalho do acordo com a ANPG (Agência Nacional de Petróleo, Gás e Biocombustíveis), órgão regulador de Angola, foi executado, e foi iniciada a elaboração de um acordo de cooperação com a ANP de São Tomé e Príncipe.

Foram ainda realizadas reuniões presenciais e virtuais com representantes de órgãos de governo e empresas dos EUA, Holanda, Guiana, China, Moçambique, Noruega e Kuwait, sobre diversos temas relacionados ao setor regulado pela ANP.

Também faz parte das ações de relações institucionais da ANP a presença em eventos promovidos por terceiros. Em 2023, a Agência participou, por meio de apoio institucional ou presença de dirigentes como palestrantes, de 19 importantes eventos nacionais do setor regulado, como a OTC Brasil (com estande); 20º Seminário de Gás Natural IBP; Bahia Oil and Gas; 3rd Brazil Oil, Gas and Energy Summit 2023; IV Biodiesel Week; Rio Pipeline 2023; Onshore Week 2023; 2º Brazil Green Energy Summit 2023; XI Seminário Matriz e Segurança Energética Brasileira; XIII Congresso Brasileiro de Regulação / ExpoABAR; entre outros.

Além disso, realizou também oito missões ao exterior: Cera Week (EUA); OTC Houston; Gastech (Singapura); China; 24ª WPC (Canadá); missão CCUS e renováveis (EUA); Clean Gulf Conference (EUA); e Nor Shipping (Noruega). Nessas missões, houve cerca de 20 reuniões com operadoras de petróleo e gás natural, órgãos reguladores e outras instituições.

As trocas com outras instituições e países, seja na figura de órgãos reguladores de energia, outras entidades governamentais ou empresas, demonstra a relevância da ANP nos cenários nacional e internacional. Assim, os dados sobre relações institucionais, reuniões e participação em eventos também são importantes indicadores para o planejamento das ações de comunicação.



Figura 6. Algumas missões internacionais realizadas em 2023

4.2.6 Comunicação interna

As ações de comunicação interna em 2023 reforçaram a importância de ampliar o conhecimento das pessoas que trabalham na ANP sobre as atividades da Agência. Isso contribuiu para que servidores e colaboradores se sintam valorizados, tenham a real dimensão da importância de sua atuação e possam disseminar, para o público externo, as mensagens da ANP.

Em 2023, o trabalho de comunicação interna – por meio de todos os canais disponíveis – foi fundamental para mobilizar o corpo funcional da Agência para as comemorações dos 25 anos da ANP. Além de eventos voltados ao público interno, mencionados na seção 4.2.4, foi criada a campanha “25 anos da ANP, através do seu olhar”, que incentivou os servidores e colaboradores a enviarem fotos da Agência ao longo de sua trajetória. As imagens compuseram um vídeo, passado nos eventos e disponibilizado na Intranet. Houve ainda a criação de um fundo virtual para o Teams com a logo dos 25 anos, bem como um filtro para o Instagram, a ser utilizado pelos funcionários a postarem imagens relacionadas à Agência.

Além dos 25 anos, outras campanhas que se destacaram no ano foram: novo modelo de governança e revisão da estrutura da Agência; implementação do Sistema Eletrônico de Informações (SEI) 4.0; e iniciativas relacionadas ao bem-estar e à conscientização dos colaboradores para sua saúde (tais como Agosto Lilás, Outubro Rosa e Novembro Azul).

Desde a pandemia e a efetivação do teletrabalho, a Intranet, os comunicados por e-mail e a newsletter interna Destaques da Semana se consolidaram como principais canais de comunicação interna, uma vez que podem ser acessados de qualquer computador. Em 2023, foram enviados 232 e-mails informativos, incluindo cerca de 37 ações e campanhas, além de 48 edições da newsletter interna, Destaques da Semana.

É importante ressaltar que, em 2023, começou a ser utilizada a descrição de imagens em comunicados. A iniciativa reforça o compromisso da SCI em tornar a comunicação com o público interno cada vez mais próxima e inclusiva.



Figura 7. Comunicados enviados por e-mail em 2023

Quanto à Intranet, foram publicadas 495 páginas ao longo do ano, atualização e criação de páginas fixas com conteúdo voltado para os servidores. Foi recebida uma média de 32.700 visitas por mês, um incremento de 21% em relação à média de 2022. As visitas foram feitas por, em média, 1.050 usuários únicos por mês, 4,5% a mais que no ano anterior. Esse aumento indica que a estratégia utilizada apresentou resultados positivos, devendo ser mantida e aprimorada em 2024.

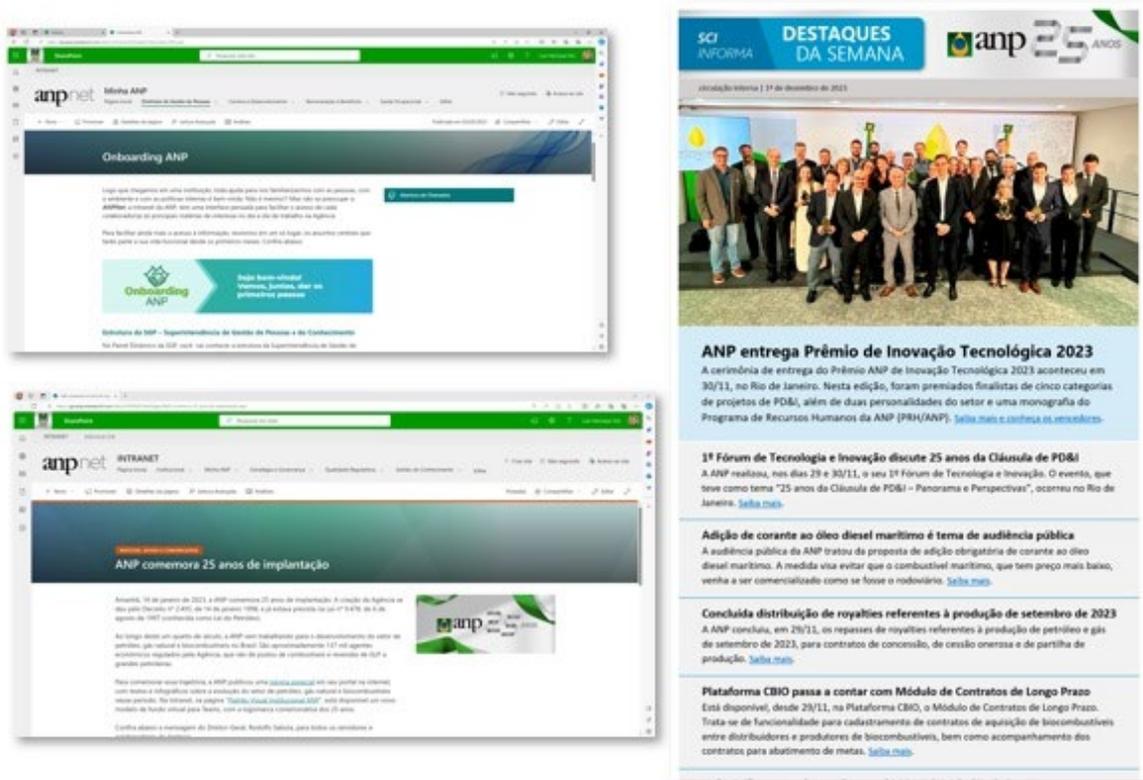


Figura 8. Trechos de páginas da Intranet e da newsletter interna

5. PLANEJAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO 2024

Conforme já abordado, a SCI utiliza, como base para a construção do planejamento de comunicação da ANP, o Mapa Estratégico da Agência, indicadores de desempenho do ano anterior, que permite a elaboração de um diagnóstico da situação atual; cenário sociopolítico e econômico; e demandas das demais áreas da ANP que envolvem ações de comunicação.

As três primeiras diretrizes foram apresentadas nas seções 3 e 4. Nesta seção, serão apresentadas as atividades previstas para 2024 pelas demais áreas da ANP (5.1) e as ações planejadas pela SCI para o ano (5.2).

5.1 Atividades previstas pelas áreas da ANP em 2024

Ao final de cada ano, a SCI consulta todas as áreas da ANP em relação às demandas previstas para o ano seguinte, com o objetivo de subsidiar o planejamento de comunicação. Para 2024, estão previstas cerca de 500 ações pelas demais áreas, contemplando principalmente eventos, missões ao exterior, acordos de cooperação, publicações e ações de divulgação interna e externa.

É importante ressaltar que se trata de uma estimativa, uma vez que fatores econômicos, operacionais ou decisórios podem impactar na realização ou não das demandas previstas.

5.2 Ações planejadas

Seguindo as diretrizes já informadas anteriormente, a SCI planejou uma série de ações de comunicação, descritas a seguir.

5.2.1 Mês do Consumidor 2024

Anualmente, a ANP realiza, durante o mês de março, uma programação especial em março, pelo Dia do Consumidor, que é comemorado no dia 15 desse mês. Para 2024, estão previstas:

- Convocação da imprensa para acompanhamento das ações especiais de fiscalização, bem como divulgação de seus resultados, ao final;
- Divulgação de vídeos, cards e informações, nas redes sociais, com conteúdos voltados ao consumidor;

- Divulgação do Boletim Fiscalização do Abastecimento em Notícias, a ser lançado no mês, com a consolidação dos resultados das ações de fiscalização da ANP em 2023;
- Divulgação de eventos e outras atividades realizadas pela área de fiscalização da ANP;
- Criação da página especial “Mês do Consumidor 2024”, no site da ANP, com os novos materiais produzidos ao longo do mês de março.

5.2.2 Dia Internacional da Mulher

Está programada, para o Dia Internacional da Mulher, celebrado em 2024, vídeos destacando as mulheres que trabalham na ANP. A ação tem como objetivo não apenas homenagear as servidoras e colaboradoras, mas também criar engajamento interno e valorizar o trabalho dessas trabalhadoras. A divulgação está prevista tanto interna quanto externamente, na Intranet e nas redes sociais da ANP.

5.2.3 25 anos do PRH-ANP

Em 2024, completam-se os 25 anos de criação do Programa de Recursos Humanos da ANP (PRH-ANP), que utiliza recursos da Cláusula de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I). Seu objetivo é estimular as instituições de ensino a oferecerem aos seus alunos especializações profissionais consideradas estratégicas e imprescindíveis ao desenvolvimento do setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis no Brasil. Em 2024, a logomarca oficial do PRH-ANP será atualizada, o que incluirá a padronização da identidade visual dos PRHs nas universidades. Haverá também uma versão comemorativa da marca, celebrando os 25 anos do programa. Serão realizadas ações de divulgação internas e externas sobre a data, bem como eventos. O tema será relacionado à Cláusula de PD&I e ao incentivo, dado pela ANP, na formação de profissionais para o setor regulado e na pesquisa acadêmica.

5.2.4 Vídeo institucional

A SCI planeja, para 2024, a elaboração de um vídeo institucional da ANP, que tem como objetivo apresentar a Agência, suas atribuições e estrutura à sociedade. Além de ficar disponível no Site e ser divulgado em redes sociais, a intenção é que a peça seja apresentada também nos eventos realizados pela ANP.

5.2.5 Videocast ANP

Também estão previstos para 2024 o terceiro e o quarto episódios do Videocast ANP, lançado em 2023 como parte das comemorações pelos 25 anos da Agência, mas não restrito a essa data comemorativa. Os temas serão escolhidos pela SCI de forma a divulgar ações da Agência de interesse para a sociedade. Será mantido o formato, bem como o tom didático e, ao mesmo tempo, leve, adotado nos dois primeiros episódios. Os episódios são inteiramente produzidos pela equipe da SCI, o que inclui a seleção do tema e dos convidados, pesquisa e criação do roteiro, a contratação do estúdio, a gravação, a edição e a divulgação.

5.2.6 Eventos da ANP

No ano de 2024, estima-se a promoção, pela ANP, de aproximadamente 190 eventos internos e externos, em sua maioria, virtuais. A SCI é responsável por todo o processo, desde o planejamento até a sua realização no dia, passando por: identidade visual; projeto; contratações; montagem e desmontagem; roteiro; transmissão na internet; coordenação de recepcionistas, mestres de cerimônia e outros contratados; entre outras atividades necessárias. Também realiza toda a parte de divulgação interna e externa, inclusive credenciamento de jornalistas e organização da sala de imprensa, quando necessário.

Os principais eventos que estão previstos para serem realizados pela ANP em 2024 serão:

- **Rodadas de licitações:** são sessões públicas em que os blocos para exploração e produção de petróleo e gás são oferecidos em leilão para empresas interessadas. Atualmente, a principal modalidade de licitação é a Oferta Permanente, realizada em ciclos. Contudo, não é possível confirmar a realização desses eventos com antecedência, pois, para que ocorra um ciclo, é necessário haver declarações de interesse de empresas nas áreas em oferta, e a sessão pública de apresentação de ofertas ocorre em até 120 a partir de então.
- **Prêmio ANP de Inovação Tecnológica:** a cerimônia tem como objetivo reconhecer e premiar projetos que utilizem recursos da Cláusula de PD&I, divididos entre várias categorias, além de personalidades do setor e da academia que tenham se destacado no ano. A previsão é de que a edição 2024 seja realizada no final do segundo semestre.
- **Audiências públicas:** estão previstas 35 audiências públicas, virtuais ou híbridas, que têm como finalidade apresentar e debater com o público interessado novas regulamentações ou alterações nas vigentes, além de outras iniciativas decorrentes das atribuições da ANP.

- **Seminários, palestras e workshops:** são eventos em que serão apresentados conteúdos sobre um determinado tema técnico ou institucional que pode ser debatido com os participantes, entre especialistas, entidades de classes, instituições públicas, agentes regulados, servidores da ANP e/ou público em geral. Estão previstos 155 desses eventos em 2024.
- **Reuniões da Diretoria Colegiada:** está prevista a realização de 24 reuniões da Diretoria Colegiada da ANP ao longo de 2024. Para conferir transparência às decisões, as reuniões são transmitidas ao vivo no canal da ANP no YouTube, utilizando infraestrutura semelhante à utilizada nas audiências públicas virtuais e híbridas, e amplamente divulgadas.

5.2.7 Participação em eventos externos e relações institucionais

Em 2024, está prevista a participação da ANP com apoio institucional ou presença de dirigentes em cerca de 25 eventos nacionais realizados por terceiros, incluindo congressos, feiras e workshops, entre outros.

Além disso, estima-se a participação em nove missões internacionais a eventos do setor regulado, entre as quais destacam-se Hyvolution, Cera Week, OTC Houston, Adipecc e Gastech. Está prevista também uma agenda com investidores em Nova York (EUA) para apresentar as oportunidades do setor de óleo, gás e transição energética do Brasil.

As ações de relações institucionais também envolverão o intercâmbio com outros países e acordos de cooperação. Em 2024, estão programadas a conclusão do acordo de cooperação com a ANP-STP, reguladora do setor de óleo e gás de São Tomé e Príncipe; a avaliação do acordo de cooperação com a CRE, reguladora do setor de gás e hidrogênio da França; e a celebração do novo acordo de cooperação com a Apex Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos).

A ANP deve receber ainda cerca de cinco delegações estrangeiras no Brasil, com interesse principalmente em biocombustíveis e transição energética.

5.2.8 Imprensa

Em 2024, será realizado o aprimoramento dos materiais de divulgação à imprensa, em especial dos eventos da ANP, como as rodadas de licitações. Também está previsto um

benchmarking com outros órgãos públicos sobre procedimentos de credenciamento de forma a avaliar se há necessidade de ajustar o formato utilizado na Agência.

No ano, a SCI também irá ministrar um treinamento a gestores e outros servidores da Agência que possam atuar como porta-vozes em entrevistas, fazer apresentações em eventos abertos ao público, bem como auxiliar na elaboração de conteúdos técnicos para divulgação e respostas as jornalistas. Além disso, está prevista a realização de *media training* especificamente voltado aos diretores da Agência, por meio do contrato de comunicação corporativa, gerido pela SCI.

5.2.9 Newsletters

Para 2024, está prevista a mudança no leiaute das newsletters externa (Notícias da Semana) e interna (Destaques da Semana).

Também serão feitas pesquisas junto ao público externo para adequar ainda mais os assuntos divulgados na Notícias da Semana aos interesses dos assinantes.

Considerando a periodicidade das newsletters, que são semanais, a previsão é que sejam enviadas cerca de 50 edições de cada ao longo do ano.

5.2.10 Redes sociais

As redes sociais, que, a cada ano, crescem em importância para a comunicação institucional, representam um desafio constante, sobretudo pelas plataformas e perfis dos públicos estarem em permanente transformação.

Em 2024, a ANP vai continuar trabalhando para reforçar sua presença nessas redes. A intenção é utilizar cada vez mais recursos que proporcionem maior engajamento com os usuários, permitindo a transmissão das mensagens de forma didática, clara e atrativa.

Além das campanhas e divulgações recorrentes, como as ações da ANP no Dia do Consumidor, eventos promovidos pela Agência e decisões regulatórias, em 2024, a SCI vai investir ainda mais na produção de conteúdo de prestação de serviços e de caráter didático. É o caso de temas de interesse dos consumidores de combustíveis e campanhas que “traduzem”, para o público leigo, termos técnicos do setor regulado pela ANP. O objetivo é tornar mais clara para a sociedade a área de atuação da ANP e seu papel no Estado brasileiro.

Devido à receptividade, no LinkedIn, de posts sobre temas técnicos, está prevista a utilização dos recursos do perfil da ANP na plataforma para o envio de conteúdos em forma de newsletter. É uma forma de aprofundar, entre os assuntos abordados, os que mais despertarem o interesse dos seguidores.

5.2.11 Guia de Atuação da ANP nas Redes Sociais

Está planejada para 2024 a elaboração de um guia de atuação da ANP nas redes sociais, para explicar, por exemplo, tipos de assuntos a serem divulgados, responsáveis pela gestão dos perfis institucionais, entre outras diretrizes. O documento estará alinhado com a Política de Segurança da Informação e Comunicações (Posic), o Mapa Estratégico da ANP e os demais instrumentos de planejamento e gestão da Agência.

5.2.12 Publicações

A SCI é responsável pela elaboração e/ou revisão dos conteúdos, diagramação, produção visual e divulgação de publicações da ANP, que, nos últimos anos, têm sido essencialmente digitais.

Para 2024, estão previstos: novas edições do Anuário Estatístico Brasileiro do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (em português e inglês); Relatório de Gestão ANP; Relatório Anual de Exploração; Relatório Anual de Segurança Operacional; Relatório Anual da Ouvidoria da ANP; Boletim Fiscalização do Abastecimento em Notícias; publicação Estudos Econômicos Estratégicos; Encarte de Consolidação da Produção Anual (publicado junto ao Boletim Mensal da Produção de Petróleo e Gás Natural de dezembro, trazendo os dados anuais); e atualização do folheto em inglês sobre "Oportunidades de investimento no setor de óleo e gás no Brasil". As periodicidades dessas publicações variam, podendo ser únicas, mensais, bimestrais, semestrais ou anuais.

5.2.13 Comunicação interna

Em 2024, a SCI vai investir, por meio da comunicação interna, na difusão das informações relacionadas à ANP, como forma de aumentar o sentimento de pertencimento aos servidores e colaboradores. Será dado foco à ampliação do uso de descrição de imagens nos canais de comunicação interna; ao incentivo à interação na Intranet, por meio de comentários nas notícias; e ao aumento da valorização dos servidores nas divulgações internas.

Estão previstas ainda campanhas específicas relacionadas aos seguintes temas: Projeto Novo Modelo de Governança da ANP; Plano de Governança em Privacidade - PGP/LGPD; painéis dinâmicos; ações de integridade e ética; conscientização sobre Política de Segurança da Informação e Comunicações (Posic); divulgação do conteúdo da Intranet, com incentivo à participação das áreas na divulgação de atividades dos servidores; cinco anos da Ouvidoria da ANP; Semana da Saúde ANP; diversidade e PCD; e divulgação dos serviços do ambulatório disponíveis aos servidores.

Além disso, estão programadas a criação ou atualização de páginas na Intranet sobre: Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), governança e tratamento de dados pessoais; Planejamento Estratégico; Agenda Regulatória; Análise de Impacto Regulatório (AIR); e Ouvidoria.

Está prevista ainda uma pesquisa com os servidores e colaboradores da ANP para avaliar os canais de comunicação interna e verificar a necessidade de aprimoramentos.

5.2.14 Site da ANP

Em 2024, será mantido o trabalho de atualização constante do Site principal da ANP (www.gov.br/anp) e da página das Rodadas de Licitações (www.gov.br/anp/pt-br/rodadas-anp), que apresenta conteúdos específicos sobre esses certames. Também será continuada a revisão para adequação do conteúdo do Site à Linguagem Simples; melhora da navegação, tornando-a mais intuitiva; e atualização de conteúdos defasados. A SCI vai continuar investindo na curadoria do conteúdo e da arquitetura do site, canal oficial da ANP.

Será intensificada a gestão das informações, voltada não somente para a transparência, por meio da divulgação de dados, mas também para que essas informações sejam consumíveis. Isso exigirá maior interação com as áreas técnicas, com o objetivo de analisar o que poderia ser otimizado e/ou simplificado, identificar possíveis conteúdos obsoletos, que possam ser excluídos, e avaliar a proposição de novos conteúdos.

Estão previstas ainda, para 2024, publicações de novas páginas demandadas pelas demais áreas de Agência. Entre elas, destacam-se conteúdos relacionados ao novo projeto para governança e estrutura da ANP, à governança de dados e a novas informações e indicadores do Plano de Gestão Anual.

Além disso, conforme já mencionado anteriormente, tramitam no Congresso Nacional projetos de lei que podem atribuir à ANP, ainda em 2024, a regulação de novos segmentos

relacionados à transição energética. Caso se concretizem, também será necessária a criação de novas seções no site, destinadas a esses temas.

5.2.15 Gestão de contratos

A SCI gerencia os contratos de clipping jornalístico, de serviços de comunicação corporativa e de apoio a eventos. Em 2024, será concluída a nova licitação para contratação de serviços de comunicação corporativa, iniciada em 2023. Os outros dois contratos serão prorrogados.

Na tabela abaixo, são apresentados os valores desses contratos para seu período de vigência, ou seja, um ano. É importante destacar que, no caso do contrato de eventos, o valor apresentado é o máximo permitido pelo contrato. Os serviços são demandados conforme as necessidades da ANP e obedecem ao planejamento orçamentário da Superintendência e à dotação orçamentária da Agência. A empresa de comunicação corporativa e o respectivo valor do contrato serão definidos após a conclusão da licitação em curso.

Contratos geridos pela SCI			
Objeto	Empresa licitada	Contrato	Valor do contrato
Organização de eventos	A&C Eventos	Nº 9.039/22	R\$ 3.844.204,57
Comunicação corporativa	A definir	A definir	A definir
Serviço de <i>clipping</i>	SMR Clipping	Nº 9.030/21	R\$ 104.279,08



anp
Agência Nacional
do Petróleo,
Gás Natural e Biocombustíveis