

Plano de **Comunicação ANP** — 2023 —

**Superintendência de Comunicação e
Relações Institucionais - SCI**

MARÇO DE 2023



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 interesse
 - 2.3.1 Público interno
 - 2.3.2 Público externo
- 3. MAPA ESTRATÉGICO**
 - 3.1 Missão da ANP
 - 3.2 Objetivos estratégicos
 - 3.3 Diretrizes estratégicas
- 4. CENÁRIO E DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO**
 - 4.1 Cenário
 - 4.2 Indicadores de desempenho de comunicação
 - 4.2.1 Imprensa
 - 4.2.2 Site da ANP na internet
 - 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 2023**
 - 5.1 Atividades previstas pelas áreas da ANP em 2023
 - 5.2 Ações planejadas
 - 5.2.1 ANP 25 anos
 - 5.2.2 Dia do Consumidor 2023
 - 5.2.3 Eventos
 - 5.2.4 Relações institucionais
 - 5.2.5 Imprensa
 - 5.2.6 Redes sociais
 - 5.2.7 Videocast da ANP
 - 5.2.8 Publicações
 - 5.2.9 Comunicação Interna
 - 5.2.10 Site da ANP
- 6. DEMANDAS DE RECURSOS FINANCEIROS DA SCI PARA 2023**

ANEXO I – MAPA ESTRATÉGICO DA ANP

ANEXO II – DIRETRIZES ESTRATÉGICAS DA ANP

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 com as Diretrizes Estratégicas da ANP.

O Plano de Comunicação faz parte também de um contexto jurídico refletido na Lei Geral das Agências Reguladoras – Lei nº 13.848, promulgada em 25 de junho de 2019, a qual trouxe o primeiro dispositivo legal sobre a gestão, organização, processo decisório e controle social a ser observado pelas agências reguladoras 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 agência reguladora e as empresas que compõem o setor regulado.

Inicialmente, na seção 2, a publicação detalha o funcionamento da Superintendência de Comunicação e Relações Institucionais (SCI), diretamente responsável por este Plano de Comunicação, trazendo suas atribuições e o mapeamento dos públicos de interesse para a Agência. A terceira seção aborda o Mapa Estratégico da ANP, com sua missão, objetivos e diretrizes. A quarta apresenta o cenário político-econômico-social atual do setor regulado e da sociedade brasileira, bem como os indicadores de comunicação da ANP em 2022. Já a quinta seção traz o planejamento das ações de comunicação para 2023, realçando os principais projetos e ações programadas, com base no Mapa Estratégico, nos indicadores de desempenho do ano anterior e nas demandas das demais áreas da Agência. Por fim, a sexta e última seção aborda o cenário atual 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 cunho institucional e técnico da ANP, de caráteres 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 24 colaboradores, sendo eles servidores, terceirizados e estagiários, e está dividida nas seguintes coordenações:

- **Assessoria de Imprensa e Redes Sociais**, cuja atribuição é mediar o relacionamento com a imprensa (incluindo respostas a demandas de jornalistas, agendamento e acompanhamento de entrevistas individuais e coletivas, treinamento de porta-vozes, entre outras atividades), elaborar e divulgar *press-releases*, avisos de pauta e outros materiais sobre as ações da Agência, realizar o monitoramento da mídia e gerenciar os perfis da ANP nas redes sociais. A coordenação também é responsável pela produção de conteúdo para os diversos canais de comunicação;
- **Programação Visual e Comunicação Interna**, que é responsável pela gestão da logomarca institucional e do padrão visual institucional da Agência. Destacam-se a programação visual para publicações, impressas ou digitais, e para as redes sociais, além de identidade e programação visuais para eventos de médio e grande portes (incluindo a criação e o acompanhamento da produção de estandes). Quanto à Comunicação Interna, a coordenação é responsável por todo o seu processo, incluindo planejamento, criação e execução das ações e campanhas, programação visual e administração da Intranet;
- **Relações Institucionais e Gestão**, que é 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, a coordenação também realiza a gestão dos contratos e planejamento financeiro da SCI, realiza processos para novas aquisições de materiais e serviços para a Superintendência e apoia os gestores nas demandas administrativas e financeiras;
- **Eventos**, cuja função é planejar, coordenar e contratar os serviços e a infraestrutura para a realização de eventos internos e externos promovidos pela ANP ou, em alguns casos, eventos com participação da Agência. A equipe acompanha ainda a montagem, a execução e o atendimento em estandes, além da desmontagem dos eventos.
- **Gestão do Site da ANP na Internet**, cuja competência é a organização da estrutura das informações que são divulgadas no Site da ANP (www.gov.br/anp) e no Site das Rodadas de Licitações (www.gov.br/anp/pt-br/rodadas-anp). A equipe realiza a revisão, a edição e a 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

2.3 Públicos de interesse

Os públicos de interesse da ANP, de forma geral, podem ser divididos em interno (composto pelos colaboradores da Agência) e externo (principalmente governo, agentes econômicos regulados e sociedade em geral). Abaixo, seguem exemplos de interlocutores internos e externos, sendo a lista não exaustiva.

2.3.1 Público interno

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

2.3.2 Público externo

I) Órgãos públicos

- Judiciário:
 - Associações
 - Ministério Público Federal (MPF)
 - Supremo Tribunal Federal (STF)
 - Superior Tribunal de Justiça (STJ)
 - Advocacia-Geral da União (AGU)
 - Tribunal de Contas da União (TCU)
- Executivo:
 - Governo Federal
 - Ministérios
 - Forças Armadas
 - Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade)
 - Controladoria-Geral da União (CGU)
 - Inmetro e seus órgãos de metrologia credenciados nos estados
 - Agências Reguladoras Federais
 - Governos Estaduais
 - Agências Reguladoras Estaduais (relacionadas ao setor de óleo e gás)
 - Prefeituras
 - Secretarias Executivas
- Empresas/Institutos/Fundações
- Procons e outros órgãos de defesa dos consumidores
- Legislativo:
 - Senado Federal (Comissão de Energia e Comissão de Infraestrutura)
 - Câmara dos Deputados (Comissão de Energia e Comissão de Infraestrutura)
 - Assembleias Legislativas
 - Câmaras dos Vereadores
- Conselho Nacional de Política Energética (CNPE)
- Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)
- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)

II) Agentes econômicos

- Agentes regulados do *upstream*
 - Concessionárias
- Agentes regulados do *downstream*
 - Postos de Gasolina
 - Refinarias
 - Distribuidoras de Combustíveis
 - Revendas de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)
 - Produtores e Comercializadores de Biocombustíveis
 - Usinas de Etanol
- Federações, confederações e sindicatos de agentes regulados
- Confederação Nacional da Indústria (CNI) e federações das indústrias dos estados
- Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex Brasil)
- Associação Brasileira das Empresas de Serviços de Petróleo (ABESPETRO)
- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai)
- Serviço Social do Comércio (Sesc)
- Serviço Social da Indústria (Sesi)
- Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (Senac).
- Associações da Indústria
 - Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustíveis – IBP
 - Associação Brasileira dos Produtores Independentes de Petróleo e Gás – ABPIP
- Associações Ambientais

III) Sociedade civil

- Universidades Públicas e Privadas
- Institutos de Pesquisa
- Startups
- Veículos de imprensa
- Sociedade em geral

3. MAPA ESTRATÉGICO DA ANP

O atual Mapa Estratégico da ANP foi publicado no final de 2020 e compreende o período 2021-2024. O Mapa representa visualmente a estratégia da instituição, organizando e inter-relacionando os desafios que a ANP precisa enfrentar para cumprir sua missão e realizar sua visão de futuro. Ele comunica à sociedade, aos agentes regulados e aos servidores os objetivos que nortearão a atuação da Agência em um período determinado – 2021-2024, no presente caso. O documento encontra-se no Anexo I e orienta a definição das iniciativas estratégicas – programas, projetos, ações – que serão levados adiante para se alcançarem os objetivos.

3.1 Missão da ANP

A missão da ANP 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."

3.2 Objetivos estratégicos

Os objetivos estratégicos da ANP são:

- Promover a melhoria contínua da qualidade dos serviços prestados;
- Estimular atividades reguladas mais seguras e sustentáveis, e contribuir para a redução das emissões de gases de efeito estufa;
- Contribuir para a melhoria do ambiente de negócios por meio de uma regulação menos onerosa, eliminando barreiras de entrada em todos os setores regulados;
- Ampliar o monitoramento dos estoques de combustíveis com vistas à garantia do abastecimento nacional;
- Promover ações integradas de conscientização e fiscalização da indústria e sistematizar o monitoramento da segurança das operações;
- Atuar visando à revitalização dos campos maduros e à abertura de novas fronteiras exploratórias;
- Incentivar a inovação e a transformação digital focada nos processos organizacionais;
- Promover ações em benefício da ampliação da oferta e do transporte de gás natural;
- Implementar a governança de dados na Agência, visando o aprimoramento da gestão das informações estratégicas;

- Fortalecer o desenvolvimento das competências técnicas e de gestão do corpo de servidores da ANP;
- Adequar a estrutura e as rotinas da Agência ao cenário de transformação dos mercados regulados.

3.3 Diretrizes estratégicas

Com as diretrizes estratégicas, a Diretoria Colegiada busca orientar e direcionar as áreas da ANP na indicação de projetos, ações e processos que visem o alcance dos objetivos estratégicos da Agência. As diretrizes estratégicas estão apresentadas no Anexo II.

4. CENÁRIO E DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO

A SCI utiliza algumas premissas como base para a construção do planejamento das ações de comunicação da ANP. A principal delas é o Mapa Estratégico da ANP, e suas respectivas diretrizes estratégicas.

Também são utilizados 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.

O terceiro fator utilizado como base para o planejamento são as demandas das demais áreas da ANP que envolvem ações de comunicação.

E, por fim, é observado o cenário político-econômico atual envolvendo o setor regulado pela Agência e a sociedade brasileira como um todo.

A seguir serão apresentadas essas premissas e, no capítulo seguinte, o planejamento das ações para 2023.

4.1 Cenário

Nos últimos anos, o principal desafio na elaboração e execução das ações de comunicação da ANP foi a pandemia de Covid-19. Neste início de 2023, percebemos que, apesar de momentos recentes de recrudescimento, a pandemia já não tem impactado tanto nos eventos (que seguem sendo feitos com todas as precauções para a segurança e saúde dos presentes) e nas ações de comunicação. Contudo, algumas das práticas por ela trazidas permanecem, por terem se mostrados eficientes e eficazes. Parte delas merece destaque, por influenciar diretamente no trabalho de comunicação.

Uma delas é o teletrabalho, regulado pelo Plano de Gestão de Demandas. Apesar de ser uma medida que já vinha sendo estudada pela ANP, a pandemia trouxe a necessidade de uma rápida estruturação para permitir o trabalho remoto. Isso se deu por meio de ferramentas tecnológicas e da adequação dos fluxos de trabalho – sem prejudicar a regulação e fiscalização do mercado, bem como a proteção dos interesses dos consumidores e da sociedade como um todo. A experiência positiva resultou na regulação permanente do teletrabalho, total ou parcial, dos servidores que o desejassem.

Nesse contexto, ainda relativamente recente, em que parte do corpo funcional se encontra em teletrabalho, parte em trabalho presencial e parte em regime híbrido, a comunicação ganha ainda mais importância e novos desafios. Em especial no que diz respeito à comunicação interna, necessária para informar e manter o espírito de pertencimento de todos

os servidores e colaboradores da Agência. Para isso, a ANP conta com uma Intranet, lançada em 2021 – que, diferentemente da anterior, permite o acesso de qualquer local, não somente de dentro da rede da Agência –, além de outras ferramentas, que serão detalhadas mais à frente.

Outra mudança trazida pela pandemia e que foi mantida pela ANP foi a realização de eventos virtuais ou híbridos, que permitem maior transparência às decisões da ANP e a participação do maior número possível de interessados, uma vez que não há mais restrições como capacidade do local e necessidade de deslocamentos. No caso das audiências públicas, a ANP publicou a Resolução ANP nº 846/2021, que regulamentou as audiências remotas de forma permanente. Atualmente, a maior parte dos eventos realizados pela Agência possuem transmissão online ao vivo.

Além das recentes mudanças trazidas pela pandemia, podem ser destacados alguns novos desafios de comunicação para 2023. O principal deles é o aniversário de 25 anos de implantação da ANP, que se deu pelo Decreto nº 2.455, de 14 de janeiro 1998. Está prevista uma série de ações e atividades ao longo do ano, que envolverão todas as coordenações da SCI e serão detalhadas mais à frente.

É importante mencionar também que, em 2023, iniciou-se um novo governo, com possibilidade de alteração em políticas públicas e diretrizes energéticas. Esse contexto traz o desafio de divulgar essas novas políticas que possuam relação com o trabalho da ANP. Destacamos ainda a questão da transição energética, assunto que vem ganhando cada vez mais destaque na mídia e na sociedade, e que possui relação direta com o setor regulado pela Agência.

Há ainda outros eventos e ações previstos para 2023 que merecem destaque. Apesar de ocorrerem praticamente anualmente, eles constituem desafios de comunicação, uma vez que cada edição possui suas particularidades. Entre eles, está o Dia do Consumidor, comemorado em 15 de março. Todos os anos, a ANP aproveita a data para concentrar, ao longo de todo o mês de março, uma série de eventos e materiais de divulgação (como textos, vídeos, posts em redes sociais, entre outros) para conscientizar os consumidores sobre seus direitos, qual o papel da Agência no que diz respeito aos agentes e produtos regulados etc. O período também é sempre marcado por ações especiais de fiscalização no mercado de abastecimento de todo o país, combinadas com orientações aos consumidores, atividades que, apesar de não serem realizadas pela SCI, exigem esforços de comunicação para divulgá-las.

Outro evento recorrente, mas que exige grande esforço de todas as áreas da SCI, são as rodadas de licitações. Trata-se de sessões públicas em que os blocos para exploração e produção de petróleo e gás são oferecidos em leilão para empresas nacionais e estrangeiras

interessadas – conforme explicado mais à frente, na sessão 5.2.2. A SCI é a principal responsável pelo trabalho relacionado ao evento, desde o planejamento até a sua realização no dia, passando por contratações, montagem e divulgação, entre outros.

Também é pertinente destacar o Prêmio ANP de Inovação Tecnológica, que tem como objetivo reconhecer e premiar os resultados associados a projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I), que representem inovação tecnológica de interesse do setor regulado pela Agência, e cuja cerimônia de entrega é realizada pela SCI.

Por fim, vale mencionar o desafio trazido pelas redes sociais, que a cada ano crescem em importância para a comunicação institucional, bem como em número de seguidores nas páginas da ANP, além de estarem em constante transformação quanto ao perfil de seus públicos

Esse cenário demonstra que, em 2023, 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 de comunicação

A SCI utiliza alguns indicadores de desempenho para mensurar a performance das suas ações de comunicação ao longo do ano e planejar as ações para o ano seguinte. A seguir, são apresentados detalhamentos de alguns desses indicadores para o ano de 2022.

4.2.1 Imprensa

Um deles, relacionado à atuação da SCI junto à imprensa e a informações prestadas à sociedade em geral, são os *press-releases* (textos em formato noticioso) produzidos e publicados no site, além de enviados diretamente aos jornalistas. Entre janeiro e dezembro de 2022, foram divulgados, no total, 367 releases.

Além disso, a equipe atendeu diretamente 1.630 demandas da imprensa no período, que envolveram 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, sendo a grande maioria delas (84,5%) de teor positivo e apenas 1,65% de teor negativo.

Trata-se, assim, de outro indicador relativo ao relacionamento com a imprensa: as matérias jornalísticas com citação à ANP nos veículos monitorados pelo serviço de *clipping*, como jornais, emissoras de televisão e de rádio, revistas, blogs, portais de notícias, entre outros. O total de matérias com menções à ANP alcançou mais de 17 mil ao longo de 2022.

Essas matérias passam por uma classificação de acordo com seu teor (positivo, negativo ou neutro), que permite uma análise sobre a imagem da ANP na mídia e embasa ações voltadas à imprensa. Essa classificação é realizada pela agência de comunicação contratada por meio de licitação, que realiza o monitoramento da mídia e elabora relatórios mensais e trimestrais sobre o tema.

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
14.463	2.362	293	17.118

Fonte: FSB Comunicação

Ressalta-se que esse resultado foi alcançado apesar de desafios enfrentados pela comunicação da ANP em 2022, entre os quais destacam-se: o período eleitoral, que restringiu a linguagem e o tipo de conteúdo que poderia ser divulgado desde três meses antes do primeiro turno até a conclusão do segundo turno das eleições; uma tentativa de ataque cibernético, que forçou a Agência a retirar do ar a maior parte de seus sistemas por alguns meses, entre os quais alguns bastante acessados pela imprensa, por agentes econômicos e pela sociedade, como o levantamento semanal de preços; e paralisação de caminhoneiros, com possíveis impactos no abastecimento de combustíveis.

4.2.2 Site da ANP na internet

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, 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 (por exemplo, divulgação de conteúdos do Portal nas redes sociais e na *newsletter* externa).

Ao longo de 2022, o Site da ANP teve aumento no número de acessos. De acordo com os dados do Google Analytics, o Site teve uma média mensal de 67 mil novos usuários. No final de 2022, o número total de usuários ativos no site foi de 868 mil, sendo 803 mil novos (ou seja, que nunca haviam acessado antes). No ano, o total de visualizações no portal atingiu a marca de 6,8 milhões.

Destaca-se que, em 2022, a equipe responsável pelo Site realizou ainda o trabalho de identificar e ocultar textos e publicações que pudessem ter algum conteúdo que infringisse as normas de comunicação para o período eleitoral, bem como torná-los novamente públicos ao final desse período de defeso.

4.2.3 Redes sociais

Outro importante canal de comunicação da ANP com o mercado regulado e a sociedade são as redes sociais. A ANP está presente nas redes sociais com perfis institucionais no Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram e YouTube.

Os perfis 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 feitos pelos seguidores dos canais, bem como respostas a dúvidas desses seguidores.

Os perfis institucionais da ANP fecharam o ano de 2022 com mais de 71 mil seguidores no LinkedIn; mais de 55 mil no Twitter; 37 mil no Facebook; e cerca de 11.500 no Instagram (o perfil mais recente da ANP, criado em março de 2021). Ao longo do ano, a ANP fez 1.459 publicações nessas redes, conforme detalhamento abaixo:

Tabela 2. Quantidade de posts nos perfis da ANP nas redes sociais em 2022				
LinkedIn	Twitter	Facebook	Instagram	Total
466	632	196	165	1.459

Fonte: Elaboração própria



Figura 2. Exemplos de posts e cards para redes sociais em 2022

Também é utilizado como indicador o sentimento do público das redes sociais com relação à ANP. Para isso, a agência de comunicação licitada fornece relatórios semanais, anuais e trimestrais que trazem a análise do monitoramento das redes. O último relatório mensal de 2022, relativo a dezembro, mostra que a ANP encerrou o ano com uma imagem majoritariamente positiva (97,4%), conforme o gráfico abaixo:

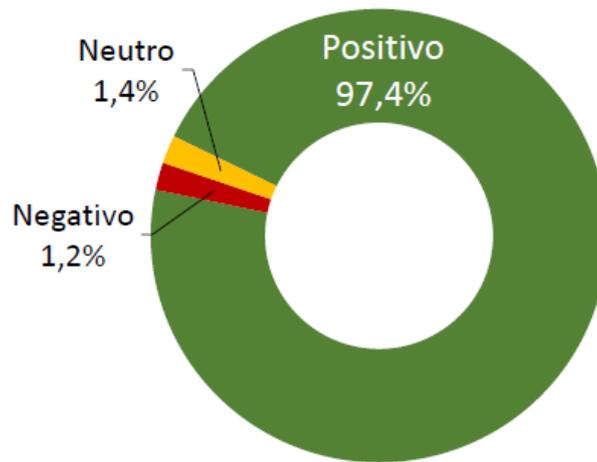


Figura 3. Gráfico de sentimento em relação à ANP nas redes sociais – dezembro de 2022.

Fonte: FSB Comunicação

É importante destacar ainda que, assim como ocorreu com o relacionamento com a imprensa, a gestão das redes sociais da ANP passou pelo desafio de adaptar seus perfis às normas e orientações da Secretaria de Comunicação do Governo Federal (Secom) para o período eleitoral. Isso exigiu a desativação temporária dos perfis oficiais e a criação de outros, provisórios, no Facebook, LinkedIn e Twitter. Não foi necessário desativar o perfil oficial do Instagram, rede mais recente da Agência, mas parte dos posts foi temporariamente ocultada. O mesmo ocorreu com alguns vídeos do canal da ANP no YouTube. Com o final do período eleitoral, os perfis oficiais retornaram e foi feito um planejamento específico para serem postados, nessas redes, assuntos divulgados nos perfis provisórios.

4.2.4 Eventos da ANP

Outro indicador das atividades realizadas pela SCI é o número de eventos promovidos pela ANP em anos anteriores. Em 2022, foram executados 82 eventos. Cabe ressaltar que, conforme apontado na seção 4.1, desde a pandemia, a maior parte dos eventos da ANP tem sido realizada de forma virtual ou híbrida, de modo a permitir a participação do maior número de interessados possível.

Tabela 3. Eventos realizados pela SCI em 2022	
Tipo de evento	Quantidade
Workshops, seminários e palestras (presenciais, virtuais ou híbridos)	16
Audiências públicas (presenciais, virtuais ou híbridas)	25
Cerimônias	4
Rodadas de licitação	2
Prêmio ANP de Inovação Tecnológica	1
Reuniões da Diretoria Colegiada*	34
Total	82

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.



Figura 4. Rodadas de Licitações realizadas em 2022: 3º Ciclo da Oferta Permanente de Concessão (abril) e 1º Ciclo da Oferta Permanente de Partilha (dezembro)



Figura 5. Prêmio ANP de Inovação Tecnológica 2022



Figura 6. Audiências públicas (virtual e híbrida) realizadas em 2022



Figura 7. Reunião de Diretoria realizada em 2022



Figura 8. Eventos híbridos realizados pela ANP em 2022 (Workshop de Segurança Operacional e Meio Ambiente - SOMA e Seminário “PD&I: A Transição Energética e o Papel da Energia Eólica e as Empresas de Petróleo e Gás”)

É importante destacar também a participação da ANP em duas importantes feiras do setor regulado, que, apesar de serem organizadas por terceiros, contaram com estande próprio da Agência para atendimento ao público e realização de palestras. Foram elas a Expopostos, em julho, e a Rio Oil & Gas, em setembro.



Figura 9. Estande da ANP na feira Rio Oil & Gas 2022

4.2.5 Relações institucionais

No caso das relações institucionais com outros órgãos públicos, instituições e países, destaca-se o acordo de cooperação técnica entre a ANP e a Agência Nacional de Petróleo, Gás e Biocombustíveis de Angola (ANPG), assinado durante a Rio Oil & Gas, em setembro de 2022, além de reuniões com delegações da Colômbia, Finlândia, República Dominicana, Índia e Japão.

Nesse ano, a ANP realizou também nove missões internacionais:

- Cera Week (07 a 11 de março), em Houston, EUA;
- Nor Shipping 2022 (04 a 07 de abril), em Oslo, Noruega;
- AAPG (American Association of Petroleum Engineers) International Conference and Exhibition, em Cartagena, Colômbia;
- OTC Houston (28 de abril a 04 de maio);
- Agenda com investidores em Nova York (05 e 06 de maio);
- Going Green: The Future of the Oil & Gas Sector in Brazil / Seminário de Petróleo e Gás (25 de maio), em Londres;

Obs.: Por imprevisto de última hora, a participação da ANP foi online;

- ONS (28 a 31 de agosto) em Oslo, Noruega;
- Gastech (05 a 08 de setembro) em Milão, Itália;
- Conferência Arpel (14 a 16 de novembro) em Lima, Peru.

Nessas missões, foram organizadas dez reuniões com operadoras e sete com fundos de investimento, com o objetivo de apresentar o cenário da indústria de óleo e gás no Brasil e as oportunidades de investimento, em especial as rodadas de licitação previstas.

A ANP participou ainda, no período, de 27 eventos externos a partir da articulação da SCI, de modo presencial ou virtual, entre eles:

- XVI Fórum IBEF Rio de Energia;
- III Biodiesel Week;
- The Brazil Green Energy Summit 2022;
- 3rd Brazilian Petroleum Conference;
- Conferência NovaCana 2022;
- Rio Oil and Gas;
- V Seminário Brasil-Noruega;
- Guyana Basis Summit;
- 22ª Conferência internacional DATAGRO sobre açúcar e etanol;
- Brazil GRI Infra & Energy 2022;
- IADC International Deepwater Drilling and Human Performance Conference.

4.2.6 Comunicação interna

Por fim, com relação à comunicação interna, em 2022 foram realizadas ações utilizando todos os canais disponíveis: Intranet, que é um canal digital, de acesso restrito somente ao público interno, com espaço para informações detalhadas, tanto para notícias, como para assuntos de interesse dos servidores; comunicados por e-mail, que já vinham se configurando como o principal veículo para as informações internas e foram ainda mais intensificados com o teletrabalho; protetor/descanso de tela dos computadores; canais físicos no Escritório Central da ANP, como TV do hall da portaria e cartazes nos elevadores e em locais estratégicos; *newsletter* Destaques da Semana, enviada por e-mail toda sexta-feira e que divulga resumos das notícias da semana na ANP, além do calendário dos principais eventos da semana seguinte.

A divulgação de assuntos pontuais, ou eventos isolados, de amplo interesse dos servidores, geralmente é feita por meio de comunicados por e-mail, enviados para toda a ANP ou segmentados pelos escritórios da Agência em todo o país.

Já para ações de média e longa duração, são elaboradas campanhas, muitas vezes em parceria com as demais áreas da ANP. Elas podem se utilizar de vários ou mesmo todos os canais acima mencionados e são destinadas a mensagens que exigem esforços concentrados de comunicação por um período determinado, quando há necessidade de engajar os profissionais em uma mudança de atitude, incorporação de novas ideias, regras e/ou procedimentos, adesão a um projeto, lançamento de novos produtos e serviços, entre outros. São feitas também campanhas para a divulgação de eventos importantes, que tenham grande participação de servidores.

Em 2022 foram realizadas cerca de 21 campanhas e enviados aproximadamente 137 comunicados pela SCI (incluindo os que fizeram parte de campanhas). Também foram enviadas 48 edições da *newsletter* interna “Destaques da Semana”.



Figura 10. Trecho de uma edição a *newsletter* interna Destaques da Semana em 2022

Na Intranet, foram publicadas 404 matérias ao longo do ano. No período, foi recebida, mensalmente, uma média superior a 1000 visitantes únicos. Em 2022, a Intranet teve média de 25.950 visitas por mês, um incremento de 9% em relação à média do ano anterior.

5. PLANEJAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO 2023

A SCI utiliza algumas premissas como base para a construção do planejamento das ações de comunicação da ANP. A principal delas é o Mapa Estratégico da ANP, bem como suas respectivas diretrizes estratégicas.

Conforme já mencionado, também são utilizados 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.

O terceiro fator utilizado como base para o planejamento são as demandas das demais áreas da ANP que envolvem ações de comunicação.

A seguir serão apresentadas essas premissas e, em seguida, o planejamento das ações para 2023.

5.1 Atividades previstas pelas áreas da ANP em 2023

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 2023, foram previstas cerca de 250 ações pelas demais áreas, contemplando principalmente eventos, missões ao exterior, acordos de cooperação, produção de vídeos, publicações e ações de comunicação interna.

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 estratégicas para comunicação, a análise dos indicadores de desempenho, as demandas das áreas da ANP elencadas nas seções anteriores e suas próprias atividades e planejamentos, a SCI planejou uma série de ações para 2023, que são descritas a seguir. Assim, as ações levam em conta tanto atividades previstas pelas demais áreas da Agência, indicadas na seção 5.1, quanto ações propostas pela própria Superintendência de Comunicação e Relações Institucionais, a partir de diversos fatores, conforme descrito no capítulo 4.

5.2.1 ANP 25 anos

Conforme adiantado na sessão 4.1, em 2023 a ANP completa 25 anos de sua implantação, que se deu pelo Decreto nº 2.455, de 14 de janeiro 1998. Está prevista uma série de ações e atividades ao longo do ano, que envolverão todas as coordenações da SCI. Os principais objetivos são:

- Comemorar os 25 anos mostrando, tanto para o público interno quanto para o externo, a evolução da ANP e suas principais realizações, desde os primeiros dias de funcionamento até hoje;
- Reconhecer e valorizar o trabalho dos servidores, prestadores de serviço e estagiários nessa trajetória;
- Reforçar a necessidade de integração entre as diferentes áreas da Agência e o sentimento de pertencimento à Agência.
- Mostrar que a Agência olha para o futuro e está sempre em busca da modernização e do aperfeiçoamento, como forma de cumprir suas atribuições, em benefício da sociedade.

As ações de comunicação previstas são voltadas tanto ao público externo quanto interno, e ocorrerão ao longo do ano de 2023. Entre elas, destacam-se: uma página especial no Site; eventos internos; lançamento do programa de Linguagem Simples da ANP; vídeos; *cards* e outros materiais para redes sociais (incluindo atualização das capas dos perfis, um filtro comemorativo para o Instagram e séries que contarão a evolução do setor desde a implantação da Agência); lançamento de logomarca específica dos 25 anos; divulgações nas *newsletters*; e lançamento do *videocast* da ANP.

5.2.2 Dia do Consumidor 2023

Como também já mencionado na sessão 4.1, todos os anos a ANP realiza uma programação especial em alusão do Dia do Consumidor, que é comemorado em 15 de março. Para 2023, 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 2022;

- Atualização da página especial “Consumidor”, no site da ANP, com os novos materiais produzidos ao longo do mês.

5.2.3 Eventos

O estabelecimento de uma comunicação efetiva com a sociedade passa pelo intercâmbio e divulgação de informações por meio de eventos técnicos e institucionais promovidos pela ANP ou com sua participação.

Cabe ressaltar que, conforme já apontado anteriormente, desde a pandemia de Covid-19, a ANP passou a promover audiências públicas e outros eventos de forma virtual e híbrida. Nesses casos, a SCI é responsável pela transmissão, que é feita pelo canal da ANP no YouTube e, em alguns casos, também em outras redes sociais.

No caso de eventos e feiras internacionais, a SCI realiza também os contatos institucionais com embaixadas e outras instituições locais, agenda reuniões com investidores e representantes do governo, bem como provê parte da infraestrutura logística.

No ano de 2023, estima-se a realização de aproximadamente 100 eventos. Os principais eventos que serão realizados pela ANP ou terão sua participação em 2023 serão:

- **Rodadas de licitações:** caracterizam-se como os principais eventos realizados pela ANP. São sessões públicas em que os blocos para exploração e produção de petróleo e gás são oferecidos em leilão para empresas nacionais e estrangeiras interessadas. A realização destas rodadas depende de autorização do Conselho Nacional de Política Energética (CNPE) e das perspectivas do setor de óleo e gás ao longo do ano. Além disso, desde 2018 a ANP conta com a Oferta Permanente, que consiste na oferta contínua de blocos e de áreas com acumulações marginais para exploração ou reabilitação e produção de petróleo e gás natural. Uma vez tendo sua inscrição aprovada no processo, a empresa pode declarar interesse em um ou mais dos blocos e áreas ofertados no Edital. Após aprovação pela Comissão Especial de Licitação (CEL) de uma ou mais declarações de interesse, tem início um ciclo da Oferta Permanente, ao qual corresponde a realização de uma sessão pública. Atualmente, essa é a principal modalidade de licitações de áreas para exploração e produção. Sendo assim, a quantidade de sessões públicas a serem realizadas ao longo do ano irá depender das declarações de interesse das empresas.
- **Prêmio ANP de Inovação Tecnológica:** a cerimônia tem como objetivo reconhecer e premiar os melhores projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I) que tenham recebido recursos da Cláusula de PD&I, presente nos contratos de exploração

e produção de petróleo e gás natural. O Prêmio é oferecido para várias categorias de projetos, refletindo as diferentes parcerias possíveis entre as empresas petrolíferas e as instituições de pesquisa credenciadas e empresas brasileiras. Conforme ocorreu em anos anteriores, a previsão é de que a edição 2023 seja realizada no final do segundo semestre.

- **Audiências públicas:** estão previstas cerca de 30 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.
- **Reuniões da Diretoria Colegiada:** está prevista a realização de cerca de 30 reuniões da Diretoria Colegiada da ANP ao longo de 2023. 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.
- **Feiras e exposições:** a ANP também estima sua participação em feiras e exposições com estande ou ponto de atendimento para a divulgação de informações sobre suas atribuições, ações e resultados alcançados, além de orientação ao público. Os propósitos são divulgar e representar a ANP em eventos nacionais e internacionais. A principal feira nacional da qual a Agência deve participar em 2023 é a OTC Brasil, em outubro. As internacionais estão listadas na sessão 5.2.3, junto com as missões internacionais.
- **Seminários, palestras e workshops:** 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 pouco mais de 60 desses eventos.

5.2.4 Relações institucionais e Gestão

Em 2023, as principais ações da SCI no que diz respeito a relações institucionais estarão relacionadas ao planejamento e organização das missões de Diretores e delegações da ANP para participação em eventos no exterior, incluindo a organização de agenda de reuniões com os principais representantes das operadoras, fundos de investimento e outras instituições, com o objetivo de divulgar as oportunidades de investimentos na indústria brasileira de petróleo, gás natural e biocombustíveis. Soma-se a isso a execução da gestão financeira e administrativa dos contratos vigentes na Superintendência, assim como a organização de palestras técnicas para delegações estrangeiras.

- **Missões Internacionais:** com objetivo de divulgar as oportunidades do setor de óleo e gás do Brasil e realizar *benchmarking* com outros países, estão previstas ao menos seis missões internacionais em 2023: Cera Week (6 a 10 de março) – Houston, EUA; OTC Houston (1 a 4 de maio); World Petroleum Congress (17 a 21 de setembro) - Calgary, Canadá; Gastech (5 a 8 de setembro) – Cingapura; Adipec (2 a 5 de outubro) - Abu Dhabi, EAU; Seminário Embaixada em Londres (data a definir).
- **Intercâmbio com outros países:** a ANP faz intercâmbio com delegações estrangeiras para apresentar o cenário e o arcabouço regulatório do setor, além de realizar *benchmarking* acerca das melhores práticas da regulação da indústria de óleo e gás do País. É responsabilidade da SCI a comunicação com os representantes do país interessado, com o intuito de melhor estruturar e compor as reuniões e palestras de interesse junto às superintendências afins. Em 2023, a SCI estima o intercâmbio com, pelo menos, quatro países;
- **Gestão de contratos:** a SCI gerencia os contratos de clipping jornalístico, de serviços de comunicação corporativa e de apoio a eventos. Em 2023, será realizada uma nova licitação para contratação de serviços de comunicação corporativa. Os outros dois contratos serão prorrogados;
- **Participação da ANP em eventos institucionais:** apoio aos convites recebidos para a participação da Agência em eventos nacionais e internacionais do setor petrolífero. Está prevista a participação de representantes da ANP em cerca de 30 eventos nacionais e internacionais em 2023;
- **Acordos de cooperação:** os acordos de cooperação com instituições externas têm seus trâmites processuais diretamente conduzidos pela SCI, que se responsabiliza por todas as etapas necessárias, desde a redação da minuta do termo até a instauração do processo para obtenção da análise e aprovação da Diretoria Colegiada. Como mencionado anteriormente, deve-se dar prosseguimento no plano de trabalho do acordo de cooperação técnica com a ANPG de Angola e encontra-se em tramitação o acordo de cooperação técnica entre a ANP e o Ministério das Relações Exteriores da República Dominicana.

5.2.5 Imprensa

A gestão da imagem da ANP junto à imprensa envolve relações com os jornalistas, treinamento de porta-vozes, acompanhamento de entrevistas e organização de coletivas, monitoramento e análise de matérias publicadas, e produção, edição e divulgação de textos e

outros conteúdos. Em 2023, será dada continuidade a essas atividades, conforme detalhamento a seguir:

- **Atendimento à imprensa:** será realizado o atendimento de todas as demandas de jornalistas sobre os assuntos relacionados à atuação da ANP. Para tanto, a SCI apura as informações junto às áreas técnicas, para elaborar respostas aos questionamentos;
- **Sugestões de pautas:** além do atendimento reativo, também continuará a divulgação proativa de temas importantes para a Agência, por meio de sugestões de pauta direcionadas a veículos específicos e colunistas ou veiculadas a toda a imprensa. A partir dessa divulgação, serão realizadas as ações necessárias de desdobramento, tais como agendamentos de entrevistas e esclarecimentos de dúvidas dos jornalistas. O objetivo para 2023 é divulgar todas as ações classificadas pela diretoria como prioridade, dando ainda mais visibilidade ao trabalho da Agência;
- **Treinamento de porta-vozes:** a ANP possui, dentro do contrato de comunicação corporativa, gerido pela SCI, a possibilidade de utilização do serviço de *media training* voltado aos diretores, que são os porta-vozes oficiais da Agência. Em 2023, a meta é realizar o treinamento dos novos Diretores, que tomaram posse em 2022. Além disso, a equipe interna também continuará realizando treinamentos pontuais com superintendentes e possíveis outros servidores que atuem momentaneamente como porta-vozes, seja representando a Diretoria, seja em entrevistas específicas sobre temas de sua competência;
- **Entrevistas:** a SCI atua como ponte entre os porta-vozes da ANP e a imprensa, realizando o agendamento de entrevistas e as acompanhando. Em 2023, a meta é acompanhar todas as entrevistas presenciais e por meio eletrônico realizadas (com exceção das realizadas em locais onde não haja a presença de assessores). Além das entrevistas individuais, também está no planejamento a realização de entrevistas coletivas caso haja assuntos com potencial para gerar grande repercussão na imprensa;
- **Monitoramento de imprensa:** conforme já mencionado, a SCI gere o contrato com a empresa de *clipping*, que envia diariamente as notícias que citem a Agência ou sejam relacionadas ao setor regulado. Em 2023, será continuado o acompanhamento diário dessas notícias para manter diretores, assessores e superintendentes informados sobre os assuntos mais relevantes, bem como detectar possíveis inconsistências nas notícias, que podem ser alvo de pedidos de correção e/ou da publicação de esclarecimentos no Site da ANP. Também será dada continuidade ao acompanhamento de informes diários e relatórios produzidos pela agência de comunicação corporativa contratada, que

trazem uma avaliação da imagem da ANP na mídia e servem como base para os planejamentos de divulgação, rotineiros ou em campanhas especiais;

- **Elaboração e divulgação de material para a imprensa:** continuarão sendo produzidos e divulgados *press-releases* e outros materiais para a imprensa, que ficam disponíveis no Site da ANP (na área de “notícias” e na “Sala de imprensa”) e são enviados por e-mail ao *mailing* de jornalistas cadastrados. Para 2023, a meta é continuar elaborando esse tipo de material para divulgar todas as principais medidas regulatórias, eventos (audiências públicas, seminários, workshops etc.), publicações e outras ações realizadas pela Agência;
- **Newsletter externa:** para divulgação das principais ações da Agência, toda sexta-feira é enviada a *newsletter* “Notícias da Semana”, com foco no público externo. A publicação eletrônica faz um resumo das notícias e publicações veiculadas durante a semana no Portal ANP e apresenta a agenda da semana seguinte. Em 2023, será dada continuidade ao envio semanal da *newsletter*.



Figura 11. Trecho da *newsletter* externa “Notícias da Semana”

5.2.6 Redes sociais

As redes sociais são instrumentos importantes para aproximar a ANP da sociedade e dar transparência às ações da Agência. Conforme já informado, a ANP possui perfis no LinkedIn, Twitter, Facebook, YouTube e Instagram, sendo este último mais recente, criado em março de 2021.

Em 2023, a ANP vai continuar trabalhando para reforçar sua presença nas redes sociais, apresentando conteúdos em linguagem simples e utilizando recursos visuais, como vídeos e *cards*, para facilitar o entendimento das mensagens veiculadas. A intenção é utilizar cada vez mais vídeos, recurso que proporciona maior engajamento com os usuários, permitindo a transmissão das mensagens de forma didática, clara e atrativa. Está prevista ainda a produção de campanhas informativas sobre o trabalho da Agência, como, por exemplo, as ações para o Dia do Consumidor e para o aniversário de 25 anos da ANP, a prestação de serviços e a conscientização do consumidor sobre os seus direitos no mercado de combustíveis, bem como campanhas específicas para divulgar os diferentes eventos que estão previstos para o ano.

5.2.7 Videocast da ANP

Conforme já mencionado no item 5.2.1, está previsto para 2023 o lançamento do *videocast* da ANP, no âmbito das comemorações pelos 25 anos de implantação da Agência. O primeiro episódio abordará os primeiros dias da ANP, em relação direta com o aniversário de 25 anos. Ao longo do ano, serão realizados outros episódios, que tratarão de assuntos relacionados às áreas de atuação da Agência.

O *videocast* é um formato semelhante ao *podcast*, mas, enquanto o segundo disponibiliza apenas áudio, o primeiro é filmado e tem o vídeo divulgado ao público. Trata-se de um tipo de conteúdo que tem sido bastante utilizado nas redes sociais, com sucesso. E, por ser em formato de vídeo, facilita a divulgação das atividades da ANP de uma forma mais leve.

5.2.8 Publicações

Outro instrumento importante para a disseminação de informação são as publicações. A SCI é responsável pela elaboração e/ou revisão dos conteúdos, diagramação, produção visual e divulgação de publicações da ANP.

A Agência sempre contou com um vasto catálogo de folders e boletins com informações sobre assuntos técnicos e estatísticas dos setores regulados. Porém, nos últimos anos,

seguindo as mudanças da sociedade, cada vez mais digital, e o princípio da economicidade, esse tipo de publicação foi reduzido, com a priorização para divulgação por meios eletrônicos.

Dessa forma, o conteúdo técnico e institucional é mantido atualizado no Site da ANP na internet. Quanto aos boletins com dados estatísticos, esses estão sendo gradativamente substituídos por “painéis dinâmicos”, construídos por meio de ferramenta de *business intelligence* (Microsoft Power BI) e disponibilizados também no Site da Agência.

A principal publicação da ANP é o Anuário Estatístico Brasileiro do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis, que, atualmente, é publicado somente em versão eletrônica (PDF) no Site, e possui edição prevista para 2023. O anuário, produzido desde 1998, reúne estatísticas, do Brasil e do mundo, de todos os segmentos da indústria regulada pela ANP.

Estão previstas ainda as publicações do Relatório de Gestão ANP, do Relatório Anual de Exploração, do Boletim dos Biocombustíveis e da Qualidade de Produtos (anual), do Relatório Anual de Segurança Operacional, do Relatório Anual Ouvidoria ANP e do Boletim Fiscalização do Abastecimento em Notícias.



Figura 12. Capas do Anuário Estatístico Brasileiro do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis 2022 e do Boletim de Biocombustíveis e Qualidade de Produtos #2

5.2.9 Comunicação interna

A comunicação interna é fundamental não somente para a difusão das informações dentro de uma organização, mas também para trazer o sentimento de pertencimento aos servidores e colaboradores. Conforme já mencionado na seção 4.2.6, além de transmitir para a “casa” as mensagens da gestão (comunicação vertical), a SCI trabalha em conjunto com as demais áreas da ANP na disseminação de informações e na divulgação de realizações, ações, campanhas e datas comemorativas.

Para 2023, estão previstas campanhas relacionadas aos 25 anos da ANP, à valorização dos colaboradores, ao *onboarding* (dinâmica de receber os novos trabalhadores e integrá-los às equipes, às tarefas, aos objetivos estratégicos e à cultura organizacional da instituição), à divulgação das páginas e serviços da Intranet, à segurança da informação na ANP, à privacidade de dados (LGPD), à gestão documental eletrônica e boas práticas do SEI e ao ciclo de avaliação de desempenho. Além dessas, estão previstas também outras ações relacionadas à saúde e qualidade de vida no trabalho, como a Semana da Saúde e a vacinação contra a gripe.

Em relação à Intranet, em 2023, a SCI continuará o trabalho de publicação de conteúdo técnico das áreas e de divulgação de notícias internas e externas de interesse dos servidores, com apuração das informações junto às áreas ou por meio de cobertura presencial dos eventos.

5.2.10 Site da ANP

O Site da ANP (www.gov.br/anp) é um importante canal de comunicação da Agência com o mercado regulado e a sociedade. Nele, estão disponíveis informações sobre a própria ANP, canais de contato, notícias, dados do mercado, informações relevantes aos agentes regulados, publicações, consultas públicas, calendário de eventos, conteúdos técnicos, entre outros.

Além do Site principal, a ANP possui ainda dois sites com conteúdos específicos: um sobre as rodadas de licitações para exploração e produção de petróleo e gás natural (www.gov.br/anp/pt-br/rodadas-anp) e um que reúne as normas da Agência e a legislação pertinente ao setor (<https://atosoficiais.com.br/anp>).

A SCI é responsável pela gestão e atualização dos conteúdos do Site da ANP e do Site das Rodadas, de forma a assegurar sua padronização e confiabilidade. Já o Site de Legislação é administrado pela Superintendência de Governança e Estratégia, área responsável pela execução da Agenda Regulatória da ANP.

Para 2023, será continuado o trabalho de atualização constante dos sites, de acordo com as demandas das áreas técnicas e a divulgação de notícias e informações relevantes à sociedade.

Além disso, está planejado um esforço de realizar uma curadoria do conteúdo e da arquitetura do site, 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.



Figura 13. Parte da capa do site da ANP dentro do portal gov.br

6. DEMANDAS DE RECURSOS FINANCEIROS DA SCI PARA 2023

A SCI possui três contratos vigentes, que fornecem serviços nas áreas de comunicação corporativa, apoio para eventos e *clipping* jornalístico. Na tabela abaixo, são apresentados os valores desses contratos para seu período de vigência, ou seja, um ano.

É importante destacar que, no caso dos contratos de comunicação corporativa e de eventos, os valores apresentados são o máximo permitido pelo contrato. Nesses casos, os serviços são demandados conforme a necessidade da SCI e obedecem ao planejamento orçamentário da Superintendência e à dotação orçamentária da ANP.

Contratos geridos pela SCI			
Objeto	Empresa licitada	Contrato	Valor do contrato
Organização de eventos	A&C Eventos	Nº 9.039/22	R\$ 3.696.706,00
Comunicação corporativa	FSB Estratégia em Comunicação Ltda.	Nº 1.017/19	R\$ 2.442.718,45
Serviço de <i>clipping</i>	SMR Clipping	Nº 9.030/21	R\$ 99.683,66

ANEXO I – MAPA ESTRATÉGICO DA ANP 2021-2024

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



ANEXO II – DIRETRIZES ESTRATÉGICAS DA ANP



Diretrizes Estratégicas

- ✘ Implementar ações necessárias para adequar as rotinas operacionais da ANP às mudanças nos mercados do refino e do gás natural;
- ✘ Tornar o ambiente de negócios mais simples e a regulação menos onerosa para as empresas, e eliminar barreiras de entrada a pequenas e médias empresas em todos os setores regulados;
- ✘ Promover a expansão da produção e do uso de biocombustíveis na matriz energética nacional e prover atividades reguladas mais seguras e sustentáveis, de forma a fomentar o desenvolvimento econômico e a proteção dos trabalhadores, das comunidades vizinhas e do meio ambiente.
- ✘ Sistematizar o monitoramento dos estoques de combustíveis com vistas à garantia do abastecimento nacional;
- ✘ Promover a simplificação administrativa com foco na redução dos custos regulatórios, na celeridade dos processos e na produção de regulação baseada em evidências;
- ✘ Aplicar ferramentas de tecnologia da informação para incrementar o uso da inteligência nas ações de fiscalização;
- ✘ Aumentar a transversalidade e a sinergia entre as unidades organizacionais da Agência;
- ✘ Garantir a convergência entre a aplicação de recursos em tecnologia da informação e os objetivos estratégicos da Agência;
- ✘ Aprimorar a gestão dos dados disponíveis na Agência, visando à produção de informações estratégicas para subsídio da tomada de decisão;
- ✘ Redefinir a estrutura organizacional da Agência, adequando-a aos novos desafios impostos pela evolução dos setores regulados e às transformações nas rotinas de trabalho decorrentes dos avanços tecnológicos;

