

*SECRETARIA DE CONTROLE INTERNO*

---

DESPACHO Nº 22/2026/CEPIN/SCI/AGU, DE 27 DE ABRIL DE 2026

NUP: 01194.000028/2025-46

INTERESSADOS: SECRETARIA DE CONTROLE INTERNO

ASSUNTOS: PLANO DE COMUNICAÇÃO DA SCI/AGU

APROVO, nos termos do artigo 33, da Portaria Normativa nº 105, de 3 de agosto de 2023, bem como da Nota Técnica nº 00012/2026/CEPIN/SCI/AGU, de 27 de abril de 2027, o Plano de Comunicação da SCI/AGU.

Brasília, na data da assinatura eletrônica

DIOGO LUIZ DA SILVA  
Secretário de Controle Interna

**AGU**  
ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO

Secretaria  
de Controle  
Interno

**PLANO DE COMUNICAÇÃO**





## Secretaria de Controle Interno

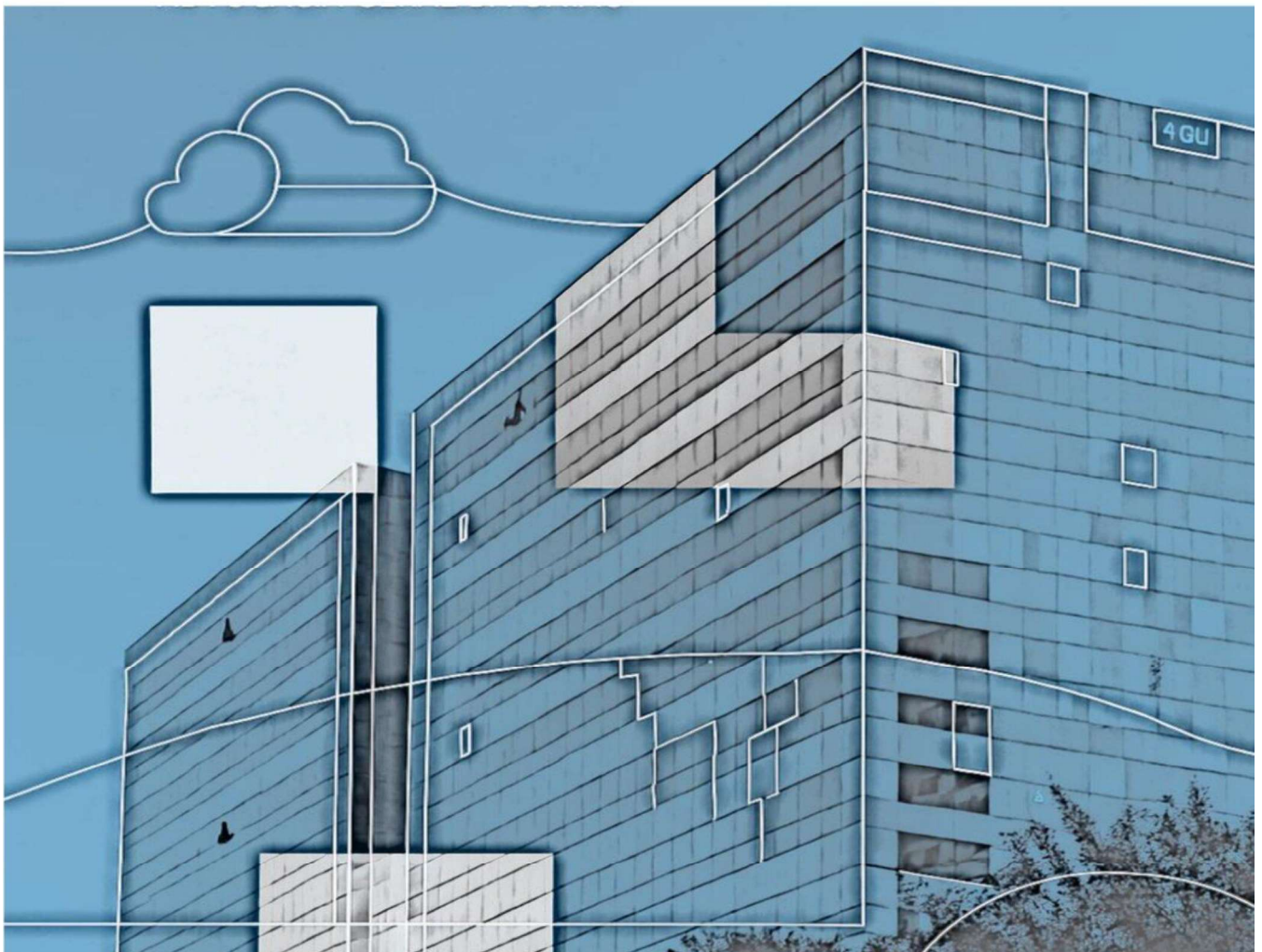
**DIOGO LUIZ DA SILVA**  
Secretário de Controle Interno

**LEANDRO DA MOTTA OLIVEIRA**  
Secretário Adjunto

**RENATO ARAÚJO**  
Coordenador-Geral de Auditoria de Gestão Interna (CGAUD)

**MILENA LUZ BARBOSA**  
Coordenadora-Geral de Auditoria de Governança, Gestão e Riscos e Integridade (CGAGOV)

**SUELI ETSUKO TAKADA PAVESI DE ABREU**  
Coordenadora de Estratégia, Planejamento e Inovação (CEPIN)



## SUMÁRIO

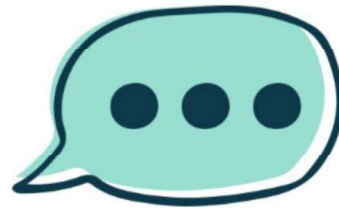
APRESENTAÇÃO .....	3
1 INTRODUÇÃO .....	5
2 OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO .....	8
3 PÚBLICO DE INTERESSE .....	9
4 CANAIS DE COMUNICAÇÃO .....	10
5 AÇÕES ESTRATÉGICAS DE COMUNICAÇÃO .....	11
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	23
ANEXOS .....	24

## APRESENTAÇÃO

A comunicação evoluiu de uma mera ferramenta de gestão para se tornar uma área estratégica nas organizações. No setor público, ela vem conquistando cada vez mais importância, uma vez que os órgãos passaram a perceber que a excelência na gestão passa também pelo aperfeiçoamento comunicacional.

Segundo pesquisa realizada em 2018 pela revista britânica *The Economist*, intitulada *Communication barriers in the modern workplace*<sup>1</sup>, (Barreiras de comunicação no ambiente de trabalho moderno, em uma tradução livre), 44% dos entrevistados indicaram que a falta de comunicação causou um atraso ou falha na conclusão de projetos. Problemas de comunicação também contribuíram para estresse (52%) e desânimo (31%) dos colaboradores<sup>2</sup>, de acordo com a pesquisa.

Em vista disso, a necessidade da construção e implementação de um Plano de Comunicação para a Secretaria de Controle Interno - SCI/AGU surgiu a partir da percepção de que a comunicação é uma ferramenta essencial para o funcionamento eficiente e transparente das atividades de auditoria, assim como, contribui para o alcance da missão e da visão institucional.



Considerando que a comunicação deve estar integrada ao planejamento e à gestão estratégica de uma instituição, o presente Plano busca atender ao que

<sup>1</sup> Disponível em: [https://impact.economist.com/perspectives/strategy-leadership/communication-barriers-modern-workplace/1000?utm\\_medium=cpc.adword.pd&utm\\_source=google&ppccampaignID=19495686130&ppcadID=&utm\\_campaign=a.22brand.pmax&utm\\_content=conversion.direct-response.anonymous&gad\\_source=1&gclid=EAlalQobChMlvqjEIl7vhQMVUIhIAB26bgkJEAAYASAAEgIJC\\_D\\_BwE&gclid=aw.ds](https://impact.economist.com/perspectives/strategy-leadership/communication-barriers-modern-workplace/1000?utm_medium=cpc.adword.pd&utm_source=google&ppccampaignID=19495686130&ppcadID=&utm_campaign=a.22brand.pmax&utm_content=conversion.direct-response.anonymous&gad_source=1&gclid=EAlalQobChMlvqjEIl7vhQMVUIhIAB26bgkJEAAYASAAEgIJC_D_BwE&gclid=aw.ds)

<sup>2</sup> Qual a real intenção na sua comunicação? Disponível em: <https://exame.com/colunistas/o-que-te-motiva/qual-a-real-intencao-na-sua-comunicacao/>

preconiza o Plano de Negócio 2025/2027 da SCI, o qual apresenta a estratégia de longo prazo do órgão, com vistas ao aprimoramento de sua atuação e ao cumprimento de suas competências legais e regimentais.

Além disso, a SCI entende que a prática da comunicação é de fundamental importância para a promoção de um ambiente integrado, que possibilite aperfeiçoar a comunicação interna e externa, desenvolver suas ações, agilizar o fluxo de informações e publicizar os atos administrativos, de modo a gerar resultados ainda melhores quanto a sua atividade-fim.

Nesse sentido, a implementação do presente Plano de Comunicação requer uma atuação conjunta de toda a Secretaria de Controle Interno, buscando a consecução das iniciativas aqui propostas, com o intuito de que seja uma referência para orientar as ações a serem desenvolvidas.

É importante destacar que este não é um documento estático, devendo ser revisado sempre que necessário para adequação aos interesses e necessidades da SCI.

## 1 INTRODUÇÃO

A Secretaria de Controle Interno, Unidade de Auditoria Interna Governamental, exerce, na estrutura de controles internos, a função de terceira linha, sendo responsável pelas atividades de auditoria interna da Advocacia-Geral da União.

No Mapa Estratégico 2025-2027 da SCI, está previsto o seu o Propósito, : *“Prestar a função de auditoria interna independente para fortalecer a governança e promover a integridade na Advocacia-Geral da União (AGU), estabelecendo parcerias estratégicas para alcançar os objetivos institucionais e impulsionar melhorias contínuas e resultados sustentáveis”*. Além disso, o documento apresenta três Perspectivas Estratégicas: *Resultado, Processos Internos e Pessoas*. A Perspectiva Resultado dispõe como um de seus três objetivos: *“OE3 - Fortalecer a imagem da SCI na instituição”*.



Nesse sentido, para o alcance desses objetivos, por meio da prerrogativa de executar suas atividades de auditoria interna, a Secretaria de Controle Interno apresenta o presente Plano de Comunicação, com o intuito de tornar pública sua atuação, por meio da publicidade de seus atos, dos serviços prestados, das atividades e das ações realizadas, visando apoiar a gestão estratégica da AGU.

Ademais, o presente documento tem como proposta básica estabelecer orientações e diretrizes que auxiliem o alcance dos objetivos institucionais e estratégicos presentes no Plano de Negócio 2025-2027 da SCI, que é contribuir para a execução de iniciativas que visem a manutenção do nível 2 e a implementação do nível 3, do Modelo de Capacidade de Auditoria Interna (*Internal Audit Capability Model – IA-CM*).

A elaboração do Plano de Comunicação da SCI teve como base as diretrizes da Política de Comunicação Social da Advocacia-Geral da União, instituída por meio

da Portaria nº 134, de 27 de abril de 2020<sup>3</sup>, cujo texto basilar reúne princípios, diretrizes gerais e orientações específicas, com vistas à implantação e ao desenvolvimento de um sistema integrado de comunicação social e de promoção institucional, orientando as ações do órgão, visando a clareza, a efetividade e a tempestividade da comunicação, além da preservação e do fortalecimento da imagem da AGU.

De acordo com o Capítulo 4, item 5, da Política de Comunicação Social da AGU, a “comunicação social voltada ao público interno deve:

*5.2. contribuir para o estabelecimento de um ambiente de trabalho adequado e equilibrado e para a disseminação de boas práticas organizacionais, buscando a humanização dos conteúdos e a aproximação com seu público-alvo, por meio de indicadores estratégicos;*

Nesse cenário, nota-se que a comunicação pode contribuir para o alcance da visão e das Perspectivas Estratégicas previstas no Mapa Estratégico 2025-2027 da SCI, além de colaborar para o fortalecimento e a consolidação da atuação da Secretaria de Controle Interno.

De acordo com KUNSCH (2014)<sup>4</sup>, a comunicação organizacional integrada compreende a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa, que acontece a partir de objetivos e propósitos específicos. Para a autora, a comunicação deixa de ter uma função meramente tática e passa a ser considerada estratégica, ao levar em conta a questão humana e agregar valor às organizações.

Nesse sentido, o presente Plano de Comunicação adota o conceito da comunicação organizacional integrada, a qual é estratégica para a gestão e sua

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-134-de-27-de-abril-de-2020-254426336#:~:text=1.-%2cA%20Pol%C3%ADtica%20de%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Social%20da%20AdvocaciaGeral%20da%20Uni%C3%A3o%2ca%C3%A7%C3%B5es%20e%20responsabilidades%2c%20visando%20a>

<sup>4</sup> KROHLING KUNSCH, MARGARIDA M. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. Matrizes, vol. 8, núm. 2, enero-junio, 2014, pp. 35-61. Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143032897003>

administração, abrangendo todo trabalho de troca de informações e relacionamento entre o ambiente interno e externo.

Além disso, busca atender ao que preconiza o Planejamento Estratégico 2024-2027 da AGU, principalmente a Perspectiva Estratégica “Processos de Trabalho” que possui como Objetivos Estratégicos: “Fortalecer o relacionamento e a comunicação com órgãos assessorados, Poder Judiciário, cidadãos e outros atores públicos e privados” e “Ampliar a capacidade de governança e gestão de riscos”.

Com o intuito de aprimorar os processos de comunicação de modo a contribuir para o atingimento das metas e iniciativas estratégicas estabelecidas no Plano de Negócio 2025/2027, o presente documento apresenta um Plano de Ação com atividades a serem implantadas visando tal objetivo.

Consciente da importância do atingimento dos objetivos relatados acima, faz-se necessário também, buscar a melhora na qualidade do relacionamento organizacional por meio de uma comunicação clara, objetiva e sem ruídos, uma vez que, segundo a Lei nº 15.263, de 14 de novembro de 2025 “uma comunicação deficiente causa impacto negativo no ambiente de trabalho”.

## 2 OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

### 2.1 OBJETIVO GERAL

O Plano de Comunicação da Secretaria de Controle Interno da AGU tem por objetivo geral aprimorar os processos de comunicação, visando tornar pública sua atuação e contribuir com a implementação de ações que levem ao cumprimento da sua missão e o alcance da sua visão.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar publicidade aos atos, aos serviços prestados, às atividades e às ações realizadas, visando apoiar a gestão estratégica da AGU;
- Estabelecer orientações e diretrizes que auxiliem o alcance dos objetivos institucionais e estratégicos presentes no Plano de Negócio 2025-2027 da SCI;
- Contribuir para a execução de iniciativas que visem a manutenção do nível 2 e implementação do nível 3 do Modelo de Capacidade de Auditoria Interna (*Internal Audit Capability Model – IA-CM*);
- Identificar ações a serem adotadas visando promover o alcance da missão e propósito da SCI;
- Promover o engajamento dos profissionais da SCI, ampliando e estimulando a integração entre as coordenações e entre as pessoas, Fortalecer a imagem institucional da SCI.



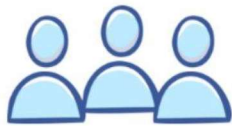
## 3 PÚBLICO DE INTERESSE

### 3.1 PÚBLICO INTERNO



Formado por membros da carreira jurídica, servidores e, empregados públicos e outros profissionais que trabalham na SCI.

### 3.2 PÚBLICO EXTERNO



Formado por membros da carreira jurídica, servidores e, empregados públicos e profissionais que desempenham suas atividades na AGU e demais instituições que tenham interesse em conhecer a SCI.

## 4 CANAIS DE COMUNICAÇÃO

As organizações públicas podem utilizar de vários canais para se comunicar e construir relações internas positivas com seus públicos de interesse ou *stakeholders*. De forma geral, um canal de comunicação é um meio que as organizações utilizam para entrar em contato e estabelecer conexões com seu público.

Existem, para isso, diferentes tipos de canais de comunicação, os quais cumprem diversas finalidades, promovendo vários benefícios. No caso da SCI, os canais de comunicação usualmente utilizados são :

- Página da SCI na Intranet;
- Teams institucional;
- E-mail institucional;
- WhatsApp;
- Sistema Super Sapiens;
- Sítio Eletrônico da AGU;
- Boletim de Serviços Eletrônico da AGU;
- Palestras institucionais; e,
- Reuniões.



## 5 AÇÕES ESTRATÉGICAS DE COMUNICAÇÃO

### 5.1 Aperfeiçoar a comunicação interna

As ações propostas para o aperfeiçoamento da comunicação interna são:

#### a) Avaliar a qualidade das informações, seu alcance e sua adequação ao público interno

A qualidade da informação contribui para o bom andamento dos trabalhos e para a realização de uma comunicação efetiva, pois as informações de qualidade refletem em tomadas de decisões mais assertivas, que conseqüentemente, geram bons resultados.

Nessa perspectiva, ao se produzir documentos e divulgar atos e fatos, necessário se faz pensar em alguns atributos de qualidade da informação, como:

- A informação é recente e está atualizada? (Pontualidade e atualização)
- A informação está isenta de erros? (Precisão/correção)
- A informação está relacionada às necessidades de um receptor específico para uma situação específica? (Relevância)
- A informação é fornecida de uma forma que seja fácil de compreender? (Clareza)
- A informação é confiável e pode ser utilizada sem risco para a tomada de decisão? (Confiabilidade)

Avaliados esses atributos ao se produzir informações, será mais fácil elaborar uma comunicação eficaz, que alcance seu objetivo. Para que ela seja adequada ao público, é importante avaliar para quem está sendo produzida, pois cada público é único, com diferentes níveis de conhecimento, interesses e preferências de comunicação.

Por isso, deve-se considerar as seguintes questões para bem direcioná-la ao público certo, visando garantir que a comunicação seja eficaz e atenda às necessidades de quem vai recebê-la:

- O material/documento produzido é voltado para o público interno ou externo?
- O material/documento produzido é de interesse do público para o qual está sendo produzido?
- A linguagem adotada está adequada para o público de interesse?

Direcionando as citadas questões para a prática comunicacional, pode-se dizer que a elaboração de uma nota técnica, por exemplo, se difere da produção de uma matéria para a intranet, tanto na linguagem quanto no formato. Porém, em ambos os casos, é preciso considerar os atributos da qualidade da informação quanto o direcionamento para o público de interesse.

Ao se avaliar os citados atributos e questões, a mensagem/documento/material produzido estará mais apta a atingir seu objetivo de comunicar bem para o público correto.

#### **b) Melhorar o fluxo de comunicação interna, com o objetivo de padronizá-lo**

O fluxo de comunicação impacta na forma como a informação percorre os diferentes setores do órgão. Montar um fluxo de comunicação eficiente é essencial para garantir a troca de informações, alinhar objetivos e promover a colaboração entre os membros da equipe.

Atualmente, não há um fluxo de comunicação estabelecido e institucionalizado na SCI. Essa ausência pode impactar na forma como a comunicação tem sido feita, podendo gerar ruídos e informações desencontradas. Por esse motivo, é importante que se estabeleça um fluxo, definindo os caminhos percorridos pelas mensagens, a partir do emissor, que a produz e a envia, até chegar ao receptor, que a recebe.

De forma geral, os fluxos de comunicação podem ser de três tipos e poderão ser adotados da seguinte forma na SCI/A:

#### **i) Fluxo de comunicação descendente**

Quando a informação segue do líder para o liderado. Nesse fluxo, são transmitidas normas, diretrizes, demandas e políticas institucionais.



Alguns dos canais que poderão ser usados na comunicação descendente:

- Reuniões: As reuniões de equipe são oportunidades para que as chefias transmitam informações e demandas importantes;
- Sistema Super Sapiens: Pode ser utilizado para emissão de documentos e transmissão de informações oficiais;
- E-mails: Utilizados pelas chefias para o envio de informações e documentos;
- Teams: Utilizados para conversas e encaminhamentos rápidos.

#### ii) Fluxo de comunicação ascendente

Quando a informação se dirige dos liderados para o líder. Nesse fluxo, são os integrantes da SCI quem transmitem informações como *feedbacks*, sugestões, e opiniões para a alta gestão.

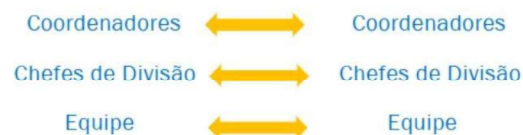


Alguns dos canais que poderão ser usados na comunicação ascendente:

- Reuniões: realizadas com os superiores para discussão de ideias e apresentação dos andamentos dos trabalhos;
- Sistema Super Sapiens: pode ser utilizado para dar um retorno ou encaminhamento da demanda;
- E-mails: utilizados para realização de *feedbacks*, comunicações mais ágeis e redirecionamento ou compartilhamento de informações; e,
- Teams: Utilizados para conversas e encaminhamentos rápidos e compartilhamento de documentos que estão em elaboração.

### iii) Fluxo de comunicação horizontal

Ocorre entre membros de um mesmo nível hierárquico, caracterizando-se pela troca de informações, colaboração e coordenação entre colegas que possuem um nível de autoridade similar.



Alguns dos canais que poderão ser usados na comunicação *horizontal*:

- Reuniões de equipe: Momento em que os membros das equipes compartilham informações e coordenam esforços conjuntos. Devem ocorrer sempre que os envolvidos necessitarem conversar e trocar informações;
- E-mails e Teams: Utilizados para troca de informações e envio e compartilhamento de documentos.

A partir do conhecimento dos fluxos de comunicação interna, necessário se faz definir as pautas que poderão ser abordadas em cada uma delas, de forma a tornar a comunicação mais integrada. Nesse sentido, importante identificar as atividades diárias de cada Coordenação e por onde a informação passa até atingir seu objetivo final. Para mapear o fluxo de comunicação interna da SCI deve-se responder as seguintes questões:

- Quais as demandas são mais recorrentes dentro da Coordenação?
- Por onde essas demandas entram e saem da Coordenação?
- Quais são as etapas desde a chegada da demanda até a sua conclusão?

Assim, após identificar o fluxo da informação, deve-se definir o fluxograma da comunicação interna da SCI, mostrando as etapas da demanda até seu destino.

## 5.1.2 Aumentar o engajamento dos profissionais que trabalham na SCI

### a) Incentivar o *feedback*

Visando criar um ambiente aberto ao diálogo, a SCI realiza reuniões de alinhamento quinzenais entre o Secretário de Controle Interno e os Coordenadores

e reuniões mensais com toda a equipe. Nessas ocasiões, são transmitidas informações ascendentes e descendentes, além de haver um momento para manifestações e falas dos liderados com relação ao andamento dos trabalhos sob a responsabilidades das Coordenações.

Para além desse momento, importante se faz criar uma cultura de *feedback* como prática para gerenciar a equipe. Apesar de não ser uma tarefa simples, a implantação de uma cultura de *feedback* traz vários impactos positivos no desempenho dos profissionais e deve ser pensada a longo prazo, pois os resultados podem não ser imediatos.

A seguir são apresentadas algumas etapas para orientar a implantação de uma cultura de *feedback* na SCI:

- **Criar um ambiente de segurança psicológica:**

O profissional precisa se sentir seguro e confortável para compreender que essa prática é positiva e que sua intervenção é sempre bem vinda. Por isso, é importante promover a confiança e a confidencialidade, evitando penalizar aqueles que dão *feedback* honesto.

- **Promover a importância do *feedback*:**

Explicar aos profissionais a importância do *feedback* e como ele pode contribuir para o crescimento profissional e pessoal, com a ajuda de materiais a serem indicados pela SCI.

- **Treinar os líderes:**

Os líderes devem ser preparados para dar e receber *feedback* de forma eficaz. É necessário fornecer treinamento sobre o tema, uma vez que os líderes desempenham papel fundamental na criação de uma cultura de *feedback*.

Alguns sites disponibilizam cursos sobre *feedbacks*, conforme sugestões a seguir:

- i) ENAP: Relações Interpessoais e Feedback  
(<https://suap.enap.gov.br/vitrine/curso/2007/?area=3>)

## ii) SEBRAE: A arte de dar feedback

(<https://sites.rj.sebrae.com.br/inscricao/minicurso-a-arte-de-dar-feedback>)

## iii) Escola de Pessoas: Feedback na prática

(<https://app.escoladepessoas.com.br/courses/feedback-na-pratica/>)

- **Avaliar e ajustar:**

Regularmente deve-se avaliar a eficácia e a aplicação da cultura do *feedback*, realizando pesquisas, entrevistas ou reuniões para obter *feedback* sobre a experiência dos profissionais, realizando ajustes conforme necessário.

**b) Focar e incentivar o desenvolvimento profissional**

Incentivar o desenvolvimento profissional dos integrantes da SCI é uma estratégia importante para promover o crescimento individual e a qualidade dos trabalhos realizados. É importante criar um ambiente que promova a aprendizagem contínua e encoraje os profissionais a buscarem oportunidades de desenvolvimento de suas carreiras.

- **Promover a rotação de áreas de atuação e projetos**

Essa prática, quando possível, permite que os profissionais adquiram experiência em diferentes áreas e ampliem suas habilidades, contribuindo para uma compreensão mais ampla e uma visão holística da atuação e dos trabalhos da SCI.

- **Reconhecer e recompensar o desenvolvimento**

A SCI deve adotar a cultura do reconhecimento profissional, a partir da prática de valorizar e reconhecer os esforços dos seus profissionais, por meio de elogios funcionais e recompensas que incentivem e estimulem o crescimento e o aprendizado contínuos.

## 5.2 Fortalecer a imagem da SCI na Instituição

- **Criação do Programa "Controle Aberto"**

Institucionalizar um programa que permita às outras Unidades da AGU conhecer a SCI, por meio de visitas presenciais, viagens de representação institucional ou campanhas de comunicação nas mídias da AGU, que possibilitem divulgar a atuação do Controle na AGU.

Para criar o citado Programa é necessário um planejamento cuidadoso e estratégico, que pode seguir as seguintes etapas:

- **Definição dos objetivos:**

Deixar claro os resultados que se pretende alcançar, como aumentar a conscientização sobre a importância dos trabalhos desempenhados pela SCI.

- **Identificação do público de interesse:**

Determinar quem são os principais *stakeholders* internos que o programa pretende alcançar.

- **Escolher táticas de comunicações apropriadas:**

Elaborar, com o apoio da ASCOM/AGU, os textos e mensagens que serão divulgados, assim como selecionar os principais meios para promover o Programa, como e-mail marketing, intranet., podcasts e vídeos curtos.

- **Estabelecimento de parcerias e colaborações:**

Promover a colaboração com a áreas que receberão a visita da SCI, visando fortalecer o relacionamento e a integração.

- **Monitoramento e avaliação dos resultados**

Após cada visita, elaborar e enviar questionário de feedback para a área visitada, com o objetivo de obter informações sobre a sua percepção acerca do Programa. Ao final de um ciclo de visitas, elaborar relatório com os resultados obtidos, identificando pontos de melhoria, possíveis ajustes, buscando a eficácia do Programa.

- **Criação de material institucional**

O material de divulgação institucional poderá ser criado com o intuito de informar sobre o propósito, a responsabilidade, a atuação e os serviços oferecidos pela SCI/AGU. O objetivo do material é criar uma imagem positiva e confiável (trust advisor), destacando a atuação e a importância do órgão na estrutura da AGU.

O material pode ser uma cartilha ou um folder, produzido pela ASCOM/AGU, em formato digital, disponibilizado na intranet da AGU e distribuído para seu público de interesse.

O conteúdo do material pode conter:

- Breve história da SCI, sua missão, visão e valores;
- Os serviços oferecidos;
- O valor gerado para a AGU em decorrência de sua atuação;
- Contatos (e-mail, página da intranet, telefone)

- **Comunicar os resultados dos trabalhos realizados**

A SCI produz inúmeros documentos e trabalhos, que auxiliam outras áreas na tomada de decisão e no alinhamento de esforços para o atingimento dos objetivos organizacionais.

Nesse sentido, ao se divulgar os resultados desses trabalhos, a SCI promove a transparência, ao permitir a ampla compreensão clara do que está sendo realizado; o aprendizado, ao oportunizar o conhecimento produzido; e o reconhecimento, pois proporciona a valorização do trabalho dos profissionais que o realizaram.

Os trabalhos e relatórios produzidos pela SCI podem ser divulgados na(o):

- Intranet;
- Internet;
- Boletim de notícias; e,
- Palestra institucional.

A comunicação dos resultados também pode ser direcionada para uma área específica de interesse, como por exemplo, o envio de um relatório realizado para o Comitê de Governança da AGU. Dessa forma, a sugestão é enviar um trabalho

produzido pela SCI para um público específico a fim de deixá-lo a par do que foi realizado, e promover o conhecimento entre as áreas.

- **Estabelecer rotina de divulgação contínua das ações e atividades realizadas**

Além de divulgar os resultados dos trabalhos, a SCI pode comunicar as ações e as atividades realizadas tanto na internet quanto na intranet. Para isso, deverá interagir com a ASCOM/AGU na elaboração de conteúdo e notícias que valorizem o propósito e a atuação da Secretaria.

Nesse sentido, as etapas a serem desempenhadas são as seguintes:

- **Identificação das informações mais relevantes:**

A primeira etapa é identificar o que merece ser divulgado; o que é relevante destacar sobre a atuação da SCI. Os coordenadores podem sugerir uma pauta ao Secretário, ou ele mesmo pode demandar uma pauta.

Avaliar dentre os atos e fatos ocorridos na SCI, quais valem a pena divulgar nos canais de comunicação, pode ser uma visita institucional feita pelo Secretário de Controle Interno ou a assinatura de uma parceria ou documento. Caberá ao Secretário da SCI juntamente com os coordenadores definirem o que é relevante ser publicado.

- **Coleta de informações:**

Uma vez definido o que será divulgado, é necessário passar para o próximo passo que é reunir todas as informações necessárias para a produção da notícia, como os dados relevantes, as pessoas envolvidas, o local de onde ocorreu o fato, quando (data) ocorreu e por quê. De posse dessas informações, ficará fácil produzir a notícia.

- **Redação da notícia**

Dados levantados, é chegada a hora de produzir a notícia com uma linguagem adequada e clara, visando a coesão do conteúdo. Caso a ASCOM/AGU não possa elaborar a matéria a ser divulgada, sugere-se que o responsável da SCI por elaborá-la, siga o chamado 5W do jornalismo como guia para escrever o texto.

A técnica do 5W é baseada em questões começadas por W em inglês e consiste em respondê-las para escrever o primeiro parágrafo do texto. As perguntas a serem respondidas são:

- What (O quê) - O fato em si (reunião, evento, conclusão de relatório, etc.);
- When (Quando) – O momento no tempo em que a ação ocorreu;
- Where (Onde) – Local da ação (em Brasília, em São Paulo, no auditório, no gabinete);
- Who (Quem) - Os participantes da ação; e,
- Why (Porquê) – O motivo de ter ocorrido a ação.

Uma vez respondido essas perguntas, um parágrafo do texto já estará elaborado. O segundo parágrafo poderá ser com informações e dados adicionais, que sejam considerados importantes.

- **Aprovação:**

Quando a matéria estiver elaborada, será encaminhada para revisão do demandante e aprovação pelo Secretário da SCI, que obviamente poderá solicitar ajuste e/ou melhorias.

- **Publicação:**

Uma vez aprovada, a matéria poderá ser encaminhada para publicação da ASCOM/AGU na internet ou poderá ser publicada na Intranet da SCI.

- **Eventos Institucionais internos**

A Secretaria de Controle Interno (SCI/AGU) promove e participa de eventos institucionais com o objetivo de divulgar suas ações, compartilhar conhecimento técnico e fortalecer sua imagem organizacional.

Os eventos promovidos pela SCI incluem palestras, encontros técnicos e ações educativas voltadas ao público interno e aos órgãos assessorados, com foco na disseminação de boas práticas de auditoria, integridade e governança.

- **Eventos Institucionais Externos**

No que tange aos eventos externos, a SCI participa tanto mediante convites de órgãos e instituições parceiras, representando a AGU em fóruns, seminários e congressos nacionais ou internacionais.

Nessas ocasiões, busca-se ampliar a visibilidade da atuação da Secretaria, contribuir para o debate técnico sobre controle interno e reforçar o compromisso institucional com a transparência e a melhoria contínua da gestão pública.

As palestras institucionais constituem uma importante estratégia de comunicação voltada à divulgação do papel, das competências e dos resultados alcançados pela Secretaria de Controle Interno da Advocacia-Geral da União (SCI/AGU).

Por meio dessas ações, busca-se promover a transparência, fortalecer a imagem institucional e ampliar o entendimento sobre a relevância da auditoria interna para o aprimoramento da gestão pública na AGU.

Essas palestras têm como propósito aproximar a SCI dos seus públicos de interesse, internos e externos, criando espaços de diálogo e compartilhamento de conhecimento.

Ao apresentar as entregas da Secretaria, seus projetos, metodologias e boas práticas, as palestras contribuem para o reconhecimento da sua atuação técnica e estratégica no âmbito da AGU e junto aos órgãos assessorados.

As apresentações poderão ocorrer de forma presencial ou virtual, em eventos promovidos pela própria SCI, pela AGU ou por instituições parceiras, tais como fóruns, encontros técnicos, seminários e programas de capacitação.

### **5.3 Estabelecer canais formais de reporte para as atividades de auditoria interna**

#### **a) Desenvolver e divulgar os canais utilizados para reporte**

Para desenvolver canais de reporte, importante considerar os fluxos de comunicação interna ascendente, descendente e horizontal, bem como as comunicações externas.

No desempenho das atividades internas de auditoria, a equipe pode reportar o andamento dos trabalhos aos coordenadores e ao Secretário de Controle Interno por

meio de reuniões, Teams e e-mails. Por outro lado, o Secretário de Controle Interno e os coordenadores podem oferecer devolutivas à equipe pelos mesmos meios.

Para a definição de reportes internos e externos e seus fluxos, sugere-se a elaboração de um manual ou instrumento orientativo que defina e estabeleça de forma adequada os fluxos dentro da atividade de auditoria interna.

## **5.4 Avaliar os resultados e promover ajustes no Plano de Comunicação**

### **a) Identificar oportunidades de melhorias e aperfeiçoamentos**

A cada ciclo anual de gestão, faz-se necessário avaliar se os objetivos do Plano de Comunicação foram atingidos, assim como identificar as oportunidades de melhoria. Para isso, pode-se adotar as seguintes providências:

- Realizar uma pesquisa com o público interno visando identificar a sua opinião sobre as medidas adotadas;
- Levantar dados e informações sobre quais estratégias foram empregadas, que tiveram de ser alteradas/adaptadas, quais não foram executadas e os motivos, além de outras informações pertinentes;
- Elaborar documento contendo a análise desses dados, visando entender o desempenho do Plano de Comunicação, identificando os seus pontos fortes e fracos, assim como os pontos de melhorias.
- Por fim, informar no RAINT os resultados da avaliação de objetivos do Plano de Comunicação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

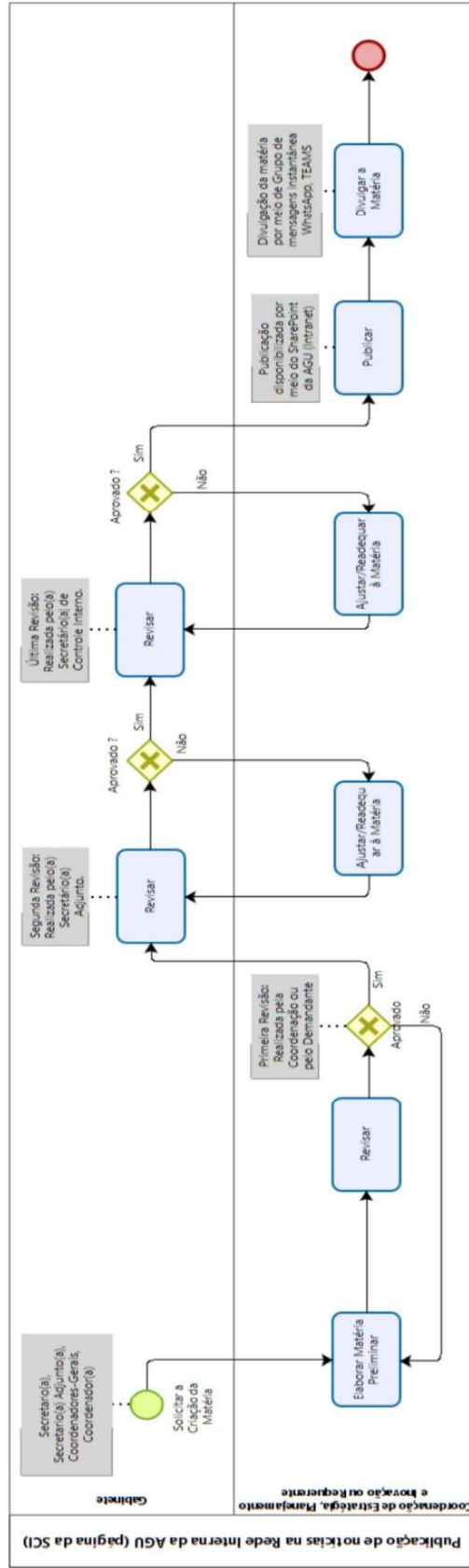
O presente Plano de Comunicação teve por objetivo apresentar estratégias visando melhorias para a comunicação da SCI. Para se realizar o que o documento propõe, é necessário pensar no tripé pessoas, processos e estratégia, uma vez que, não adianta pensar em melhorias e aperfeiçoamentos de forma unilateral, sem envolver a equipe que irá participar das mudanças, pois será mais difícil lograr engajamento e senso de pertencimento.

Tais atributos são fundamentais para o desenvolvimento humano e organizacional, contribuindo para a melhora na comunicação e na qualidade dos trabalhos, assim como na construção de um ambiente saudável e produtivo.

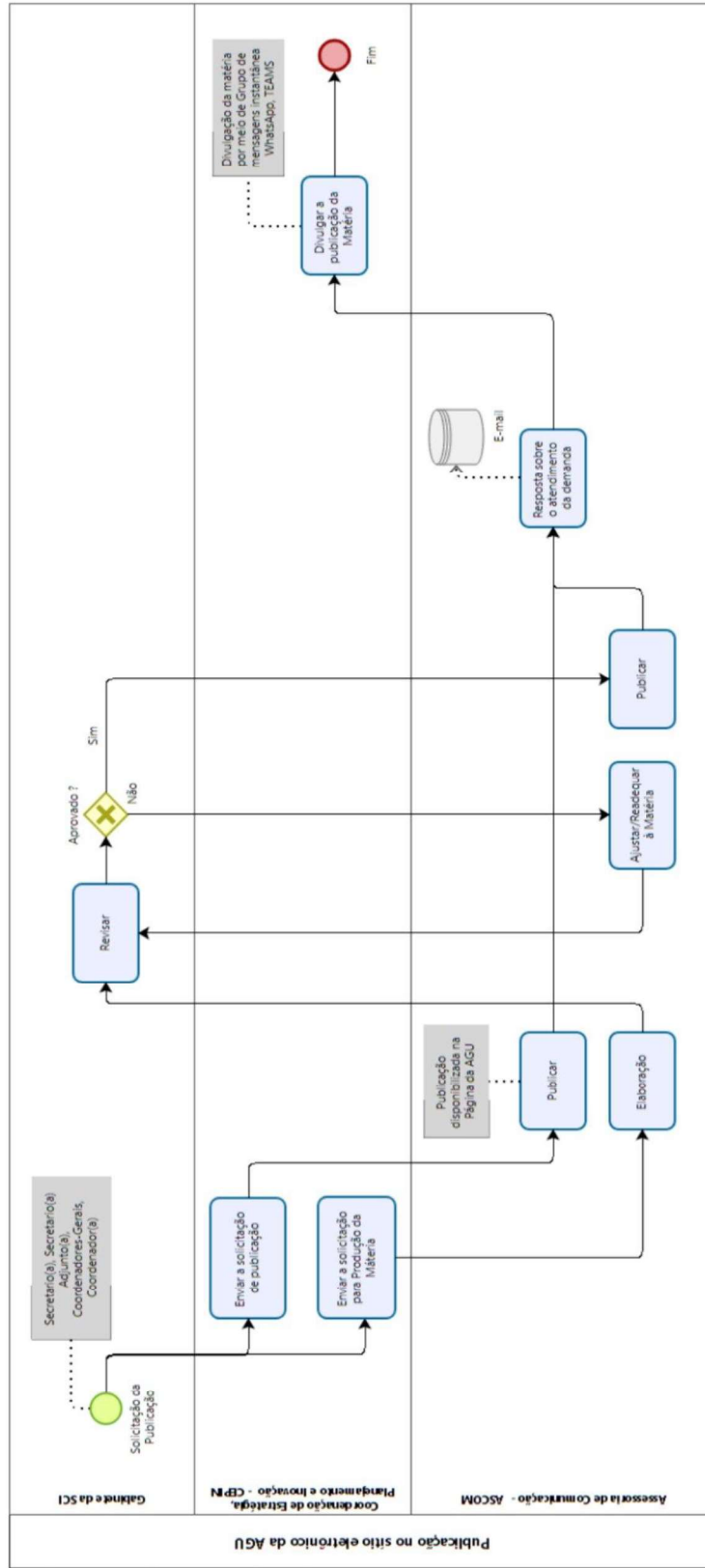
Espera-se que, com a adoção das estratégias propostas, a comunicação da SCI se estruture de forma a contribuir para a produtividade e o fortalecimento da colaboração na equipe, além de apoiar o compartilhamento de informações de forma efetiva e transparente, visando um ambiente de trabalho engajado e alinhado com os objetivos e estratégias da AGU.

**ANEXOS**

**Fluxograma 01**  
Publicação na Rede Interna da AGU (página da SCI)



**Fluxograma 02**  
Publicação no sítio eletrônico da AGU



**Fluxograma 03**  
**Eventos externos com a participação da Secretaria de Controle Interno**

