



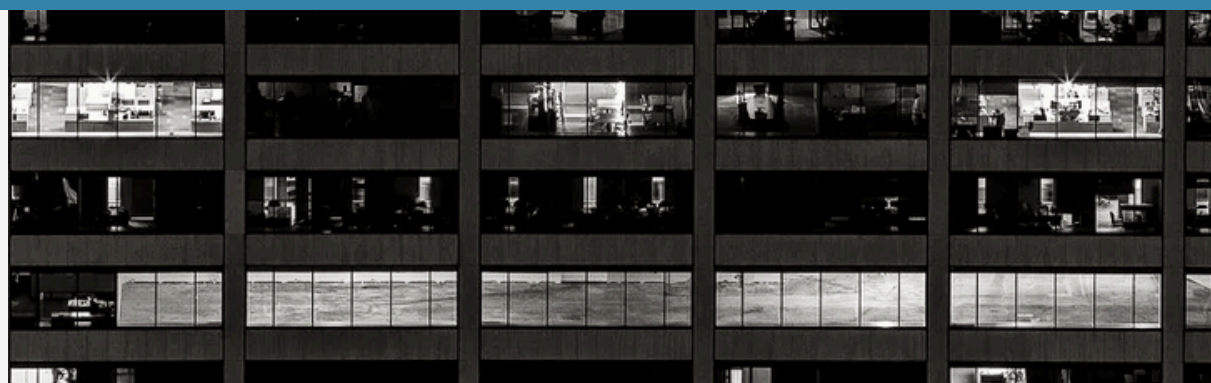
# Plano de Comunicação de Integridade

2026

## ELABORADO POR

Maryanna Almeida  
Gerencia de Conformidade e  
Riscos Institucionais

María Luísa Monteiro  
Serviço de Produtos Institucionais



# Apresentação

---

O presente Plano de Comunicação integra as ações do Programa de Integridade da Agência Nacional de Mineração (ANM), em atendimento às diretrizes estabelecidas pela Controladoria-Geral da União (CGU) para a implementação, o aprimoramento e o fortalecimento de programas de integridade na administração pública federal.

O plano fundamenta-se, entre outros, nos seguintes normativos e orientações:

- Decreto nº 9.203, de 22 de novembro de 2017;
- Portaria CGU nº 234, de 6 de novembro de 2025;
- Guia de Programas de Integridade da CGU;
- Programa e Plano de Integridade da ANM.

A comunicação institucional é reconhecida como elemento transversal e estratégico do Programa de Integridade, uma vez que viabiliza a disseminação de orientações, a prevenção de riscos à integridade e o fortalecimento de comportamentos éticos no ambiente organizacional.

Nesse sentido, a execução das ações previstas neste plano não se configura como iniciativa isolada de uma unidade específica, mas como estratégia institucional que demanda corresponsabilidade, articulação e engajamento das áreas finalísticas, administrativas e de suporte da ANM.

Considerando a diversidade do público interno, a distribuição geográfica das unidades regionais, o regime híbrido de trabalho e as limitações orçamentárias, o plano propõe uma estratégia baseada no uso otimizado dos canais existentes, na integração entre áreas com temáticas correlatas e na priorização de campanhas temáticas estruturantes, em articulação permanente com a Assessoria de Comunicação Social (ASCOM).

# Objetivos

---

*Fortalecer a cultura de integridade na ANM por meio de comunicação institucional planejada, integrada e acessível.*

## Objetivos Específicos

- ampliar o alcance e a compreensão das campanhas internas;
- garantir isonomia de acesso à informação entre sede, regionais e servidores em teletrabalho;
- reduzir sobreposição, fragmentação e excesso de comunicações;
- promover linguagem simples, clara e não punitiva;
- fornecer diretrizes para a atuação das áreas envolvidas no Programa de Integridade.

## Escopo

O presente Plano de Comunicação tem como escopo exclusivo o planejamento, a organização e a execução de ações de comunicação com viés de integridade, no âmbito do Programa de Integridade, em conformidade com a Portaria CGU nº 234, de 25 de março de 2025.

As ações previstas neste documento restringem-se às iniciativas comunicacionais diretamente relacionadas à promoção da ética, da integridade, da prevenção de riscos, do fortalecimento da cultura organizacional e da disseminação de temas correlatos, observada a articulação necessária com a área de comunicação institucional.

Este Plano não substitui, não altera e não se sobrepõe às ações regulares de comunicação institucional da Agência, permanecendo estas sob responsabilidade da área competente e regidas por seus próprios instrumentos de planejamento.

# Princípios da Comunicação de Integridade

---

A execução deste Plano observará os seguintes princípios:

*CLAREZA*

*OBJETIVIDADE*

*ACESSIBILIDADE*

*ORIENTAÇÃO*

*COERÊNCIA*

*TRANSPARÊNCIA*



Esses princípios orientam todas as ações deste Plano de Comunicação, garantindo padronização, coerência e alinhamento com o Programa de Integridade. Eles são aplicados de forma transversal na definição dos conteúdos, dos canais e da linguagem utilizada, com foco na prevenção de riscos, no fortalecimento da cultura de integridade e na promoção do interesse público.

# Público-Alvo

---

- servidores efetivos e comissionados;
- estagiários;
- trabalhadores terceirizados;
- usuários finais e público externo, quando aplicável.

# Estratégia de Comunicação

---

## Eixos Temáticos

Os temas estruturantes relacionados ao Programa de Integridade da ANM serão tratados como eixos temáticos, com maior duração e materiais de referência próprios, diferenciando-se de comunicações pontuais ou campanhas isoladas.

## Organização do Conteúdo

O Plano estrutura-se em três níveis de atuação:

### a) Conteúdo Âncora

Campanhas estruturantes relacionadas aos temas centrais do Programa de Integridade, acompanhadas de materiais de referência consolidados, como guias, manuais, legislações e normativos internos.

### b) Ações Complementares

Ações contínuas de sensibilização voltadas ao reforço dos conteúdos das campanhas estruturantes, mantendo o tema presente no cotidiano institucional de forma leve, acessível e orientativa.

### c) Pontos de Contato

Ações táticas e informativas destinadas à divulgação de canais oficiais, orientações pontuais e apoio às demais áreas

# Padrão Mínimo de Materiais

---

Os materiais produzidos no âmbito das campanhas poderão sofrer variações de formato e volume, de acordo com a complexidade e a extensão do tema abordado. Contudo, como padrão mínimo, todas as campanhas deverão contemplar:

- 1 (um) infográfico institucional, contendo a explicação do tema, seus principais conceitos e as competências institucionais das áreas envolvidas naquela temática;
- 1 (um) banner institucional para divulgação na intranet (ANMnet);
- 1 (um) material impresso destinado à exposição em corredores e áreas de circulação, como forma de reforço visual e ampliação do alcance das campanhas.



# Canais de Comunicação

Os canais de comunicação serão utilizados de forma integrada e complementar, conforme suas características e finalidades. A ANMnet funcionará como repositório oficial dos conteúdos de integridade, enquanto o e-mail institucional será o principal meio de divulgação e direcionamento aos materiais completos. Reuniões e encontros atuarão como apoio para aprofundamento e esclarecimento de dúvidas. Newsletters reforçarão e sintetizarão os conteúdos já divulgados, e os materiais impressos e murais institucionais complementarão a estratégia digital, ampliando o alcance e a visibilidade das campanhas nos ambientes físicos.

Canal	Função	Pontos Fortes	Limitações	Ferramentas
ANMnet	Repositório oficial de conteúdos internos	Centralização, institucionalidade, construção colaborativa	Baixo acesso espontâneo, rigidez visual	Banners, notícias, hotspots, pop-ups
E-mail institucional	Divulgação direta e massiva	Ampla alcance, registro formal	Saturação, baixo apelo visual	Links, PDFs, materiais compartilháveis
Reuniões e encontros	Alinhamento e aprofundamento	Interação direta, maior engajamento	Alcance limitado, dependência de agenda	Ação de apoio
Revistas e newsletters	Curadoria periódica	Linguagem leve, maior tempo de vida	Dependência da ASCOM, espaço limitado	Reforço de conteúdos
Mural institucional e materiais impressos	Reforço visual	Alta visibilidade, ponte para o digital	Limitações logísticas e orçamentárias	Cartazes, folders, QR Codes

# Planejamento Anual

---

A definição dos temas ao longo do exercício observará:

- Obrigatoriedade normativa ou recomendação da CGU;
- Criticidade do risco associado;
- Recorrência de dúvidas institucionais;
- Ingresso de novos servidores;
- Histórico recente de campanhas realizadas;
- Possibilidade de tratamento como eixo estruturante ou ação pontual.

Temas já usualmente divulgados poderão ser tratados apenas por ações complementares ou pontos de contato, evitando desgaste comunicacional.

O calendário anual de comunicação do Programa de Integridade foi estruturado de forma a distribuir os temas ao longo do ano de maneira equilibrada, progressiva e pedagógica, considerando a relevância institucional, o grau de maturidade dos assuntos, a necessidade de prevenção de riscos e os ciclos administrativos da ANM. A organização mensal busca evitar sobreposição de conteúdos, reforçar temas estruturantes e assegurar a assimilação gradual das mensagens pelo público interno.

## **JANEIRO – CONFLITO DE INTERESSES**

Tema prioritário para o início do ano, especialmente em razão do ingresso de novos servidores e da necessidade de orientação imediata sobre situações incompatíveis com o exercício da função pública. Atua de forma preventiva, estabelecendo parâmetros claros desde o início do vínculo institucional.

### **FEVEREIRO – EQUIDADE DE GÊNERO**

Aborda princípios de igualdade de oportunidades, prevenção de discriminação e promoção de ambientes de trabalho seguros e respeitosos para todas as pessoas. Inserido no início do ano, contribui para integrar a agenda de integridade com pautas de direitos humanos, diversidade e respeito nas relações de trabalho.

### **MARÇO – CONDUTAS EM PERÍODO ELEITORAL**

Foca em vedações legais e éticas aplicáveis a agentes públicos em ano eleitoral, incluindo uso da máquina pública, manifestações político-partidárias no ambiente de trabalho e preservação da impessoalidade. A abordagem em março permite preparação antecipada da força de trabalho para o período eleitoral, reduzindo riscos de desvios de conduta.

### **ABRIL – CANAL DE DENÚNCIAS**

Primeira abordagem anual do tema, com foco na importância do canal, formas de acesso, confidencialidade e proteção ao denunciante. O mês antecede períodos de maior execução administrativa, fortalecendo ações preventivas.

### **MAIO – DIVERSIDADE**

Voltado à valorização da diversidade, do respeito às diferenças e da promoção de um ambiente institucional inclusivo e ético. Amplia a abordagem da integridade para além do cumprimento normativo, reforçando equidade nas relações de trabalho e prevenção de condutas discriminatórias.

### **JUNHO – CÓDIGO DE ÉTICA**

Tema estruturante que consolida os conteúdos trabalhados no primeiro semestre. Sua abordagem no meio do ano reforça diretrizes normativas e orientações de conduta após o período inicial de adaptação e sensibilização.

### **JULHO – USO ADEQUADO DE INFORMAÇÕES E SIGILO**

Aborda responsabilidades relacionadas ao tratamento de informações e à proteção de dados institucionais. A escolha do mês considera o uso intensivo de sistemas e processos já consolidados ao longo do semestre.

### **AGOSTO – INTEGRIDADE NAS CONTRATAÇÕES E LICITAÇÕES**

Tema estratégico associado à prevenção da corrupção e à gestão de riscos, especialmente relevante no segundo semestre, período em que se intensificam contratações, ajustes e execuções orçamentárias.

### **SETEMBRO – GESTÃO DE CONFLITOS**

Focado na prevenção e no manejo adequado de conflitos interpessoais, contribuindo para um ambiente organizacional saudável. Sua realização após o retorno do segundo semestre favorece ações de sensibilização e diálogo.

### **OUTUBRO – ASSÉDIO MORAL E SEXUAL**

Tema obrigatório e sensível, alinhado a agendas institucionais e de conscientização. Reforça o compromisso da ANM com ambientes de trabalho seguros, respeitosos e éticos.

### **NOVEMBRO – ENFRENTAMENTO À DISCRIMINAÇÃO E AO RACISMO**

Voltado à prevenção e ao enfrentamento de práticas discriminatórias, em especial do racismo, no ambiente institucional, reforçando o compromisso da ANM com a igualdade, o respeito e a promoção de um ambiente de trabalho ético e inclusivo. Dialoga com agendas nacionais de conscientização em novembro e favorece a reflexão sobre condutas vedadas, responsabilidades individuais e institucionais.

### **DEZEMBRO – BRINDES, PRESENTES, HOSPITALIDADES**

Reúne, ao final do exercício, orientações sobre recebimento de brindes, presentes e hospitalidades, reforçando a impessoalidade em confraternizações e eventos institucionais.

# Eventos Institucionais 2026

---



No exercício de 2026, está prevista a realização de dois eventos institucionais presenciais, como ações estruturantes do Plano de Comunicação do Programa de Integridade.

#### **Serão realizados:**

- 1 (um) evento com foco em enfrentamento à discriminação, alinhado às diretrizes de integridade, ética, respeito e promoção de ambiente organizacional saudável;
- 1 (um) evento com viés de Integridade, abordando temas como ética pública, gestão de riscos, prevenção de irregularidades ou cultura organizacional íntegra.

#### **Cada evento deverá contemplar, no mínimo:**

- Uma palestra presencial, com participação de convidado(s) externo(s) à ANM, com reconhecida atuação ou expertise na temática;
- Transmissão on-line
- Articulação prévia com a ASCOM para divulgação institucional;
- Definição de público-alvo e local adequado;
- Registro institucional do evento (material de apoio, lista de presença e divulgação pós-evento).

Os eventos terão caráter educativo e orientativo, integrando-se às campanhas de comunicação e reforçando os eixos temáticos do Programa de Integridade.

# Governança

---

Em conformidade com a Portaria CGU nº 234/2025, a Unidade Setorial de Integridade, na Agência Nacional de Mineração, representada pela Gerência de Conformidade e Riscos Institucionais, é responsável por coordenar, articular e consolidar as informações e ações relacionadas à integridade no âmbito institucional, incluindo as iniciativas de comunicação com esse viés. Dessa forma, as comunicações que tratem de temas de integridade, ética, gestão de riscos, canais de denúncia, prevenção da corrupção e temas correlatos não devem ser realizadas de forma direta, isolada ou independente pelas áreas, ainda que façam parte de iniciativas legítimas ou rotineiras.

Nesse contexto, todas as ações de comunicação com viés de integridade devem ser previamente alinhadas pela Unidade Setorial de Integridade, preferencialmente por meio do Fórum de Integridade, instância destinada à articulação intersetorial, harmonização de conteúdos e prevenção de sobreposição ou divergência de mensagens institucionais.

Compete às áreas técnicas e correlatas propor temas, conteúdos e subsídios técnicos relacionados às suas competências, bem como validar as informações sob o ponto de vista normativo e operacional, assegurando a correção, atualidade e aderência às diretrizes do Programa de Integridade.

À ASCOM cabe apoiar a divulgação das ações, orientar quanto aos formatos, linguagem e adequação aos canais institucionais, bem como colaborar na ampliação do alcance e na padronização visual das comunicações, sem prejuízo da validação prévia do conteúdo pela área de integridade.

A Unidade Setorial de Integridade atua como instância coordenadora do processo, sendo responsável por consolidar o planejamento anual, promover a articulação entre as áreas envolvidas, validar os conteúdos com viés de integridade, acompanhar a execução das ações e zelar pela coerência, clareza e alinhamento institucional das mensagens, em observância às diretrizes da Portaria CGU nº 234/2025 e do Programa de Integridade da ANM.

# Papéis e competências

---

Ator	Competência
Gerência de Conformidade (GECONF)	Coordenação técnica
Produtos Institucionais (SERPIN)	Elaboração, linguagem, identidade visual
Ouvidoria, Corregedoria, Auditoria, Comissão de Ética, Gestão de Pessoas e demais áreas correlatas	Proposição de temas, apoio técnico
Fórum de Integridade	Validação temática
Assessoria de Comunicação	Divulgação
Demais unidades	Apoio na disseminação



# Fluxo

---

## **1. Identificação da necessidade ou tema**

A demanda por comunicação com viés de integridade pode surgir a partir do planejamento anual, de demandas das áreas técnicas, de orientações da CGU, de deliberações do Fórum de Integridade ou de necessidades institucionais supervenientes.

## **2. Proposição do conteúdo pela área demandante**

As áreas técnicas e correlatas elaboram ou sugerem o conteúdo inicial, indicando o tema, o objetivo, o público-alvo e os principais pontos técnicos ou normativos a serem abordados.

## **3. Submissão à Unidade Setorial de Integridade**

A proposta de comunicação é encaminhada à Unidade Setorial de Integridade, responsável por analisar a aderência ao Programa de Integridade, à Portaria CGU nº 234/2025 e ao Plano de Comunicação vigente.

## **4. Articulação no Fórum de Integridade**

O Fórum de Integridade atua como instância de apoio à validação, alinhamento intersetorial e harmonização das mensagens, especialmente nos casos de temas sensíveis, transversais ou com potencial de sobreposição.

## **5. Produção dos materiais de comunicação**

A SERPIN produz os materiais (infográficos, banners, textos, peças visuais ou digitais), com apoio técnico da área proponente e da Unidade Setorial de Integridade, quando necessário.

## **6. Divulgação nos canais institucionais**

A ASCOM realiza a divulgação nos canais definidos (ANMnet, e-mail institucional, murais, newsletters, entre outros), observando o cronograma do plano.

## **7. Acompanhamento e registro**

A Unidade Setorial de Integridade acompanha a execução da ação, registra a iniciativa e avalia a necessidade de reforços, ajustes ou ações complementares.

# Monitoramento e Indicadores

---

O monitoramento do Plano de Comunicação do Programa de Integridade será realizado de forma contínua, com foco no acompanhamento da execução das ações previstas e no cumprimento do cronograma anual. Esse acompanhamento permitirá identificar eventuais necessidades de ajustes, reforços ou replanejamento ao longo do exercício.

Os indicadores utilizados terão caráter quantitativo e qualitativo simples, priorizando a verificação da realização das campanhas previstas, a regularidade das comunicações, a diversidade de canais utilizados e o registro das ações executadas. Sempre que possível, serão utilizados dados disponíveis nos próprios canais institucionais e controles internos da Unidade Setorial de Integridade, sem a criação de métricas excessivamente complexas.



A execução do plano será acompanhada, sempre que possível, por indicadores como:

- Número de campanhas realizadas;
- Acessos aos conteúdos na ANMnet;
- Taxa de abertura de e-mails institucionais;
- Participação em eventos e ações presenciais;
- Volume de consultas aos canais de orientação;
- Feedback das áreas envolvidas
- Pesquisa elaborada ao final do ciclo.

# Riscos

---

A gestão de riscos da comunicação tem como objetivo prevenir falhas que possam comprometer a efetividade das ações de integridade, tais como sobreposição de mensagens, divulgação de informações divergentes, uso de linguagem inadequada, baixa compreensão dos conteúdos ou comunicações desalinhadas às diretrizes institucionais.

Para mitigar esses riscos, o plano estabelece a coordenação centralizada das comunicações com viés de integridade pela Unidade Setorial de Integridade, a validação prévia dos conteúdos, a articulação intersetorial por meio do Fórum de Integridade e o uso planejado e combinado dos canais de comunicação, assegurando coerência, clareza e alinhamento institucional.





**ANM**

Agência  
Nacional de  
Mineração