

Plano de Comunicação *ANP* *2026*

Superintendência de Comunicação e
Relações Institucionais - SCI

Março de 2026



Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis

Diretor-Geral

Artur Watt Neto

Diretores

Symone Christine de Santana Araujo – Diretoria 1

Daniel Maia Vieira – Diretoria 2

Fernando Wandscheer de Moura Alves – Diretoria 3

Pietro Adamo Sampaio Mendes – Diretoria 4

SUMÁRIO

- 1. APRESENTAÇÃO**
- 2. A SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INSTITUCIONAIS (SCI)**
 - 2.1 Atribuições da SCI
 - 2.2 Equipe e organograma
 - 2.3 Públicos de relacionamento
- 3. MAPA ESTRATÉGICO DA ANP**
- 4. CENÁRIO E DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO**
 - 4.1 Cenário
 - 4.2 Indicadores de desempenho e diagnóstico
 - 4.2.1 Imprensa
 - 4.2.2 Site da ANP
 - 4.2.3 Redes sociais
 - 4.2.4 Eventos da ANP
 - 4.2.5 Relações institucionais
 - 4.2.6 Comunicação interna
- 5. PLANEJAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO 2026**
 - 5.1 Atividades previstas pelas áreas da ANP em 2026
 - 5.2 Ações planejadas
 - 5.2.1 Mês do Consumidor 2026
 - 5.2.2 Vídeo institucional
 - 5.2.3 Videocast ANP
 - 5.2.4 Eventos da ANP
 - 5.2.5 Participação em eventos externos e relações institucionais
 - 5.2.6 Imprensa
 - 5.2.7 Treinamentos sobre comunicação para o público interno
 - 5.2.8 Newsletters
 - 5.2.9 Redes sociais
 - 5.2.10 Guia de Atuação da ANP nas Redes Sociais
 - 5.2.11 Publicações
 - 5.2.12 Comunicação interna
 - 5.2.13 Site da ANP
 - 5.2.14 Gestão de contratos

1. APRESENTAÇÃO

A Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) é a agência reguladora responsável por promover a regulação, a contratação e a fiscalização das atividades econômicas integrantes da indústria do petróleo, do gás natural e dos biocombustíveis, além do hidrogênio de baixa emissão de carbono e da captura e armazenamento geológico de carbono (CCS), atribuições recebidas por leis em 2024. 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 2025-2028, a ANP definiu como sua visão: “Ser reconhecida por promover, de forma transparente, responsiva, eficiente e isonômica, uma regulação que estimule a livre-iniciativa, a inovação, a competitividade e o desenvolvimento sustentável, reduzindo barreiras de entrada e custos de transação, e aprimorando a segurança operacional”. Para cumprir essa visão, a Comunicação possui um papel essencial, pois amplia a publicidade e a transparência dos atos da Agência. A “transparência” também aparece entre os valores da ANP para o período.

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

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

O funcionamento da SCI, diretamente responsável por este Plano de Comunicação, trazendo suas atribuições e o mapeamento dos públicos com os quais a Agência se relaciona está detalhado na seção 2. A terceira seção aborda o Mapa Estratégico da ANP, com sua missão, visão, valores e objetivos. A quarta apresenta o cenário político-econômico-social atual do setor regulado e do país, bem como os indicadores de desempenho da comunicação da ANP em 2025. Já a quinta seção traz o planejamento das ações de comunicação para 2026, realçando os principais projetos e ações programadas, com base no Mapa Estratégico, nos indicadores de desempenho do ano anterior e no planejamento das demandas solicitado, previamente, às demais áreas da Agência, bem como no cenário dos recursos financeiros de que a SCI necessita para a realização efetiva das atividades esperadas.

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

2.1 Atribuições da SCI

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

- Promover e zelar pela imagem institucional da ANP e divulgar suas competências e atuação;
- Promover a divulgação de informações sobre o setor do petróleo, gás natural e biocombustíveis;
- Gerir a marca ANP em todas as suas aplicações, assegurar a padronização visual do material informativo, técnico e promocional e coordenar sua produção;
- Elaborar, implementar e acompanhar o plano de comunicação da ANP, alinhado aos objetivos do Mapa Estratégico;
- Gerir os canais de comunicação internos e externos da ANP e assegurar a integração nas mensagens;
- Coordenar a interlocução com os veículos de comunicação e assessorar os porta-vozes em entrevistas;
- Disponibilizar, acompanhar e analisar o noticiário sobre a ANP e sobre o setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis;
- Gerir a comunicação da ANP em situações de crise que envolvam a instituição e o setor;
- Coordenar a estrutura e a gestão do conteúdo do sítio da ANP na internet (www.gov.br/anp), bem como dos sítios interligados;
- Coordenar, desenvolver e executar a comunicação interna da ANP, incluindo a gestão da Intranet;
- Promover o planejamento e a realização de eventos de 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 20 colaboradores, sendo eles servidores e terceirizados, e está dividida nas seguintes coordenações:

- **Coordenação de Imprensa e Redes Sociais** – responsável pelo relacionamento da ANP com a imprensa (incluindo respostas a demandas de jornalistas, agendamento e acompanhamento de entrevistas individuais e coletivas, treinamento de porta-vozes, entre outras atividades); elaboração e divulgação de comunicados à imprensa; monitoramento da exposição da Agência nos meios de comunicação; gestão dos perfis oficiais da ANP nas redes sociais; planos de comunicação para eventos e outras ações da Agência; campanhas nas redes sociais; e newsletter externa.
- **Design e Comunicação Interna** – responsável pela gestão da logomarca e do padrão visual da Agência, design para publicações impressas e digitais, elaboração de peças gráficas para redes sociais, gravação e edição de vídeos, além de identidade visual para eventos de médio e grande portes, incluindo estandes. Quanto à Comunicação Interna, a coordenação é responsável pelo planejamento, criação e execução das ações, campanhas e administração da Intranet, bem como dos demais canais internos (comunicados por e-mail; descanso de tela dos computadores; canais físicos no Escritório Central; newsletter interna Destaques da Semana).
- **Relações Institucionais e Gestão** – responsável pela participação da ANP tanto em eventos nacionais quanto nos internacionais, e pela análise dos pedidos de apoio institucional recebidos pela Agência. Também apoia a formação de parcerias com outras instituições públicas e países, e organiza missões internacionais. A coordenação é responsável pela gestão dos contratos e o planejamento financeiro, os processos para novas aquisições de materiais e serviços para a SCI e o apoio à Superintendência nas demandas administrativas e financeiras.
- **Eventos** – responsável por todo o processo dos eventos da ANP, desde o planejamento até a sua realização no dia, passando por: projeto; contratações; montagem e desmontagem; roteiro; transmissão na internet; coordenação de recepcionistas, mestres de cerimônia e outros contratados; entre outras atividades necessárias. Acompanha ainda a montagem, a execução e o atendimento em estandes da Agência em feiras.
- **Coordenação de Sites** – responsável pela organização da estrutura, layout e gestão do conteúdo do Site da ANP (www.gov.br/anp) e da página das Rodadas de Licitações (www.gov.br/anp/pt-br/rodadas-anp). Faz a revisão, edição, atualização e publicação do conteúdo recebido das unidades organizacionais, além de elaborar conteúdo em forma de textos, infográficos e imagens.

A figura abaixo apresenta o organograma da SCI:

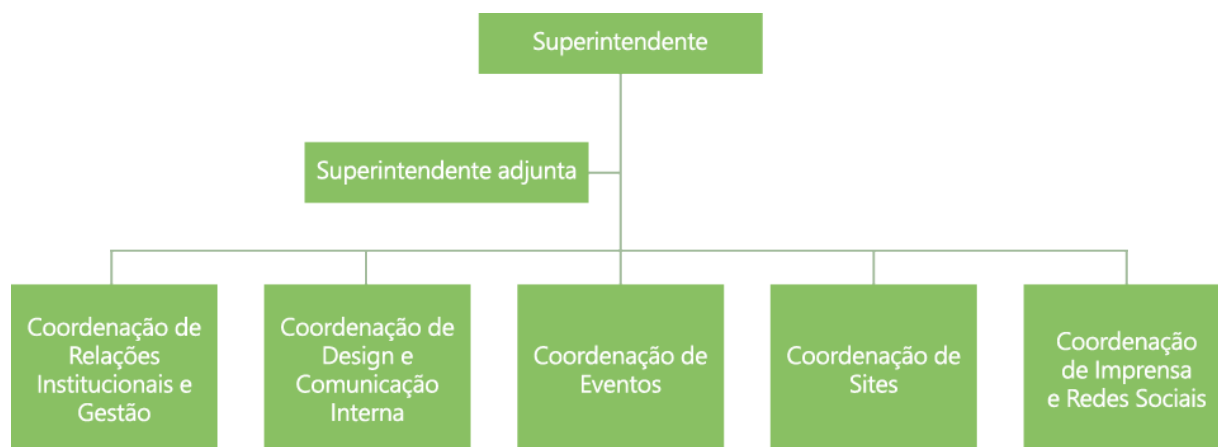


Figura 1. Organograma da SCI

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

2.3 Públicos de relacionamento

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

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

- **Público interno:** servidores (com ou sem vínculo efetivo, cedidos e requisitados), estagiários e prestadores de serviços terceirizados;
- **Público externo:** agentes regulados e associações que os representam; Poderes Executivos Federal, Estaduais e Municipais; Poderes Legislativos Federal, Estaduais e Municipais; Poder Judiciário; Ministérios Públicos; órgãos de controle; agências reguladoras federais, estaduais e municipais; demais instituições públicas; academia e institutos de pesquisa; imprensa; ONGs; consumidores de produtos regulados pela Agência; e sociedade em geral.

3. MAPA ESTRATÉGICO DA ANP

O atual Mapa Estratégico da ANP compreende o período 2025-2028 e representa visualmente a estratégia da instituição. O documento apresenta os desafios que a Agência precisa enfrentar para cumprir sua missão e realizar sua visão de futuro, bem como orienta a definição das iniciativas estratégicas – programas, projetos e ações – que serão levados adiante para se alcançarem os objetivos.

A missão da ANP, definida no Mapa Estratégico, é a de "Promover um ambiente regulatório transparente e competitivo, propício à atração de investimentos, à inovação e à diversificação da matriz energética, com foco na segurança operacional, na sustentabilidade e na garantia do abastecimento, em benefício da sociedade brasileira". Alinhada a ela, consta também a visão da Agência, que é "Ser reconhecida por promover, de forma transparente, responsiva, eficiente e isonômica, uma regulação que estimule a livre-iniciativa, a inovação, a competitividade e o desenvolvimento sustentável, reduzindo barreiras de entrada e custos de transação, e aprimorando a segurança operacional". Por fim, a ANP apresenta como seus valores: cooperação; integridade; inovação; sustentabilidade; transparência; eficiência; e proatividade.

O Mapa Estratégico da ANP 2025-2028, que se encontra abaixo, na figura 2, traz ainda os objetivos estratégicos da instituição, divididos em três temas: "aprendizado e crescimento"; "processos internos"; e "resultados para a sociedade".



Figura 2. Mapa Estratégico ANP 2025-2028

4. CENÁRIO E DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO

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

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

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

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

A seguir serão apresentadas essas premissas e, na sessão seguinte, o planejamento das ações para 2026.

4.1 Cenário

Em 2026, a ANP seguirá trabalhando para cumprir atribuições legais assumidas recentemente, na regulação e no estímulo à utilização de fontes energéticas renováveis, como o hidrogênio de baixa emissão de carbono (Lei nº 14.948/2024) e no atendimento às determinações da Lei do Combustível do Futuro (Lei 14.993/2024), que reforçou a necessidade de expansão do uso de combustíveis sustentáveis e com baixa intensidade de carbono no Brasil. A lei se refere a SAF – combustível sustentável de aviação, biometano, diesel verde, biodiesel e etanol, além de inserir a regulação, pela Agência, da captura e armazenagem de carbono (CCS).

No caso do biometano, a lei institui o Programa Nacional de Descarbonização do Produtor e Importador de Gás Natural e de Incentivo ao Biometano e, como parte de sua operacionalização, cabe à ANP a regulação do Certificado de Garantia de Origem do Biometano (CJOB),

A ANP também continuará atendendo a responsabilidades anteriores em relação aos biocombustíveis, como a operacionalização do RenovaBio (Política Nacional dos Biocombustíveis).

Há outros importantes desafios previstos para 2026, como o fortalecimento da atuação da ANP para o desenvolvimento do mercado de gás natural. Desde a publicação da Nova Lei do Gás (Lei nº 1.4134/2021), a Agência vem adotando medidas para a abertura desse mercado e a diversificação de agentes. Em 2025, deu início a ações regulatórias voltadas às tarifas de transporte, classificação de gasodutos, acesso aos terminais de Gás Natural Liquefeito (GNL), entre outras, que se estenderão ao longo de 2026.

Outro destaque é a previsão de realização do 6º Ciclo da Oferta Permanente de Concessão e do 4º Ciclo da Oferta Permanente de Partilha. Atualmente, a Oferta Permanente é a principal modalidade de licitação de áreas para exploração e produção de petróleo e gás natural no Brasil. Prevê a oferta contínua de blocos exploratórios e áreas com acumulações marginais, localizados em bacias terrestres ou marítimas, transferindo ao mercado a decisão sobre quando e quais áreas serão licitadas. Como resultado, há a ampliação de reservas, geração de novos postos de trabalho e

incremento das receitas públicas por meio da arrecadação com os bônus de assinatura pagos pelas empresas vencedoras dessas licitações.

A ANP recebeu novas atribuições com a publicação, em 12 de março de 2026, da Medida Provisória nº 1.340. A MP faz parte das medidas adotadas pelo Governo Federal para conter possíveis efeitos, no mercado de combustíveis, do conflito iniciado no final do mês de fevereiro no Oriente Médio. A Agência passou a apurar possíveis abusos na cobrança de preços e participou de força-tarefa nacional com a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), Procons estaduais e municipais, Secretaria Nacional de Segurança Pública e Polícia Federal. A ANP também implantou uma série de medidas com o objetivo exatamente de intensificar o monitoramento do mercado, visando à garantia do abastecimento.

A atuação da ANP reforça seu compromisso com contínuo aperfeiçoamento do abastecimento de combustíveis e da fiscalização desse mercado. Garantir combustível de qualidade ao consumidor segue como prioridade para a ANP.

A ANP regula os investimentos em Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I) oriundos da Cláusula de PD&I, presente nos contratos de exploração e produção de petróleo e gás (E&P), segundo a qual uma porcentagem do rendimento de campos de grande produção deve ser investida em projetos de PD&I. Nos últimos anos, tem sido crescente o volume de recursos destinados a projetos combustíveis renováveis, eficiência energéticas e questões ambientais. A Agência intensificará o trabalho nesta frente, com a previsão de lançamento do edital da segunda edição do NAVE – Programa de Empreendedorismo da ANP e o prosseguimento da nova fase do seu Programa de Formação de Recursos Humanos (PRH-ANP).

Outro aspecto que vem afetando a atuação da ANP nos últimos anos são as restrições orçamentárias. Há expectativa de melhores condições neste sentido em 2026, dando à Agência condições para vencer todos os desafios previstos para este ano.

Este cenário traz desafios regulatórios para a ANP como um todo, o que se reflete em sua Comunicação. É preciso informar os públicos interno e externo sobre as ações da Agência, por meio dos canais oficiais, de forma transparente, objetiva e ágil. E tudo isso ocorrerá em um ano eleitoral, que exige a observação de regras específicas para a Comunicação dos órgãos públicos e restrições sobre o que pode ser divulgado, e de que forma.

Caberá à SCI ficar atenta a este cenário, identificando oportunidades que permitam dar ainda mais visibilidade às ações da ANP em 2026, para que a sociedade possa acompanhar e entender o

trabalho da Agência e sua importância para o país. Também é preciso atenção e ação rápida diante de potenciais crises que possam comprometer a reputação conquistada pela Agência, de regular com excelência o setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis.

A atuação da SCI em 2026 seguirá pautada pela busca dos melhores resultados, considerando os recursos disponíveis, humanos e orçamentários. A SCI também buscará ampliar troca de informações e a colaboração entre as unidades organizacionais da ANP, para que a comunicação seja sempre um fator de aumento da transparência das ações da Agência, em sintonia com o Mapa Estratégico da instituição.

4.2 Indicadores de desempenho e diagnóstico

A SCI utiliza indicadores de desempenho para identificar as ações que obtiveram resultados positivos e as que precisam ser readequadas e mantidas no ano seguinte. Os indicadores elaborados a partir das ações de 2025 estão listados abaixo.

4.2.1 *Imprensa*

Um dos indicadores são os comunicados à imprensa (press releases) produzidos e publicados no site da ANP, também enviados diretamente aos jornalistas. Entre janeiro e dezembro de 2025, foi divulgado um total de 407 press releases e atendidas 1.342 demandas da imprensa, como pedidos de informações, solicitações de entrevistas e esclarecimentos de dúvidas. Ambos os números tiveram crescimento significativo com relação a 2024, quando foram divulgados 337 press releases e atendidas 885 demandas de jornalistas.

Esse trabalho resultou em um número expressivo de matérias na imprensa com menção à ANP em 2025: 62.279 – aumento de 6% em relação a 2024. A grande maioria delas (74,12%) teve teor positivo e apenas 0,64%, teor negativo (os 25,24% restantes foram neutros).

Na avaliação da SCI, esses resultados demonstram sucesso do trabalho de relacionamento com a imprensa, tanto nas divulgações quanto nas ações reativas, ou seja, de resposta a demandas recebidas. Ainda assim, a SCI vai continuar buscando novas formas de reforçar a transparência na comunicação dos assuntos relativos à ANP.

Tabela 1. Matérias na imprensa com menções à ANP em 2025

Nº de matérias positivas	Nº de matérias neutras	Nº de matérias negativas	Total de matérias
46.159	15.722	398	62.279

Fonte: In.Pacto Comunicação

4.2.2 Site da ANP

O Site da ANP na internet tem o objetivo de dar transparência às informações geradas pela Agência, incluindo a divulgação de dados, legislação, documentos e demais informações sobre o setor de energia.

O número de acessos ao Site da ANP é utilizado como indicador de desempenho e permite medir o resultado das ações voltadas a aperfeiçoar o conteúdo e a navegabilidade, para estimular o acesso dos agentes regulados e da sociedade em geral.

Em 2025, o Site da ANP teve 4,1 milhões de visualizações. Segue abaixo o número de usuários de janeiro a dezembro de 2025:

- Novos usuários que acessaram o site: 550.057 (apenas os usuários que visitaram o site pela primeira vez nesse período);
- Usuários recorrentes: 240.536;
- Usuários ativos: 607.243 (usuários que tiveram engajamento significativo, como, por exemplo, grande tempo de navegação no site, várias visualizações ou conversões).

No ano de 2025, foram publicadas 137 novas páginas, sendo que o Site inteiro já soma 5,2 mil páginas, que são mantidas e atualizadas pela SCI.

No contexto de ampliação do Governo Digital, visando oferecer uma experiência única aos usuários dos canais digitais, foi criado o Portal Único do Governo Federal, que reúne e facilita o acesso às informações, serviços e aplicativos de governo. Em 2020, houve migração de todos os sites de governo para o Portal Único (GOV.BR). Assim, o site da ANP está vinculado ao Portal Único e segue a identidade visual e tecnológica padronizada para os sites do Governo. A plataforma utilizada para edição e criação do conteúdo é o Plone.

A estrutura e a navegação do site da ANP estão em constante processo de aprimoramento para facilitar o acesso às informações. Também está em curso um trabalho de revisão e edição do conteúdo, o que envolve aprimorar a linguagem utilizada no site da ANP, tornando os textos mais acessíveis à sociedade, mas sem perder a característica técnica. Para tanto, considera-se o Design System do Governo Federal (GOV.BR), as diretrizes de UX Writing, a Linguagem Simples e Inclusiva, bem como as diretrizes de acessibilidade.

4.2.3 Redes sociais

A ANP possui perfis institucionais no Facebook, X (antigo Twitter), LinkedIn, Instagram e YouTube. Em janeiro de 2025, foi criada a Showcase do Programa de Formação de Recursos Humanos (PRH-ANP). “Páginas Showcase” são extensões de uma página do LinkedIn, criadas para destacar marcas ou iniciativas individuais, por exemplo. Neste caso, foi avaliado que seria relevante esse destaque para o programa da ANP que concede bolsas de pesquisa e teve sua nova fase iniciada em 2025. Desde 2024, já existia a Showcase do NAVE – Programa de Empreendedorismo da ANP, que já vinha se mostrando uma estratégia acertada.

Os perfis da ANP nas redes sociais são utilizados para a disseminação de informações sobre a Agência, regras do setor, orientações aos agentes econômicos e consumidores e divulgação de campanhas e materiais didáticos. A SCI também faz a moderação de comentários e responde às perguntas dos seguidores.

Os perfis institucionais da ANP fecharam o ano de 2025 com um total de 237.388 seguidores, aumento de 12,4% com relação a 2024. Eles se dividiram entre: 105.172 seguidores no LinkedIn; 52.870 no X; 37.557 no Facebook; 38.975 no Instagram; 1.924 na Showcase do NAVE; e 890 na nova Showcase do PRH-ANP.

Ao longo do ano, a ANP fez 2.864 publicações nessas redes, conforme detalhamento abaixo:

Tabela 2. Quantidade de posts nos perfis da ANP nas redes sociais em 2024						
LinkedIn	X*	Facebook	Instagram	Showcase NAVE	Showcase PRH-ANP	Total
711	724	478	874	22	55	2.864

*São contabilizadas separadamente as postagens em sequência de dois ou mais posts no X

Fonte: Elaboração própria

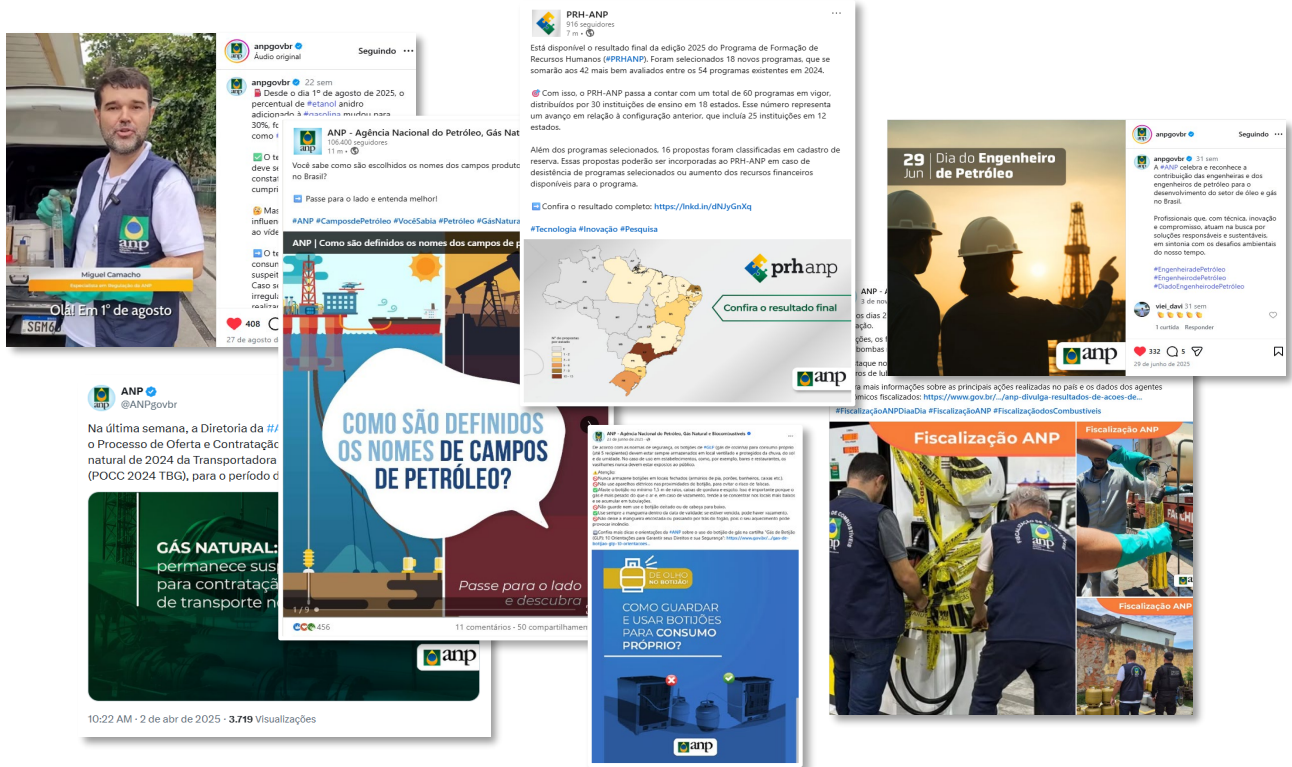


Figura 3. Exemplos de posts nas redes sociais em 2025

Por meio das redes sociais, é possível medir o sentimento da sociedade relação à ANP, a partir do monitoramento das menções à Agência em postagens de terceiros. Em 2025, foram identificadas 41.857 postagens mencionando a ANP, que atingiram mais de 346 milhões de usuários. O sentimento nessas publicações foi majoritariamente positivo, com 16.382 menções, contra 13.255 neutras e 12.220 negativas, como mostra o gráfico abaixo:

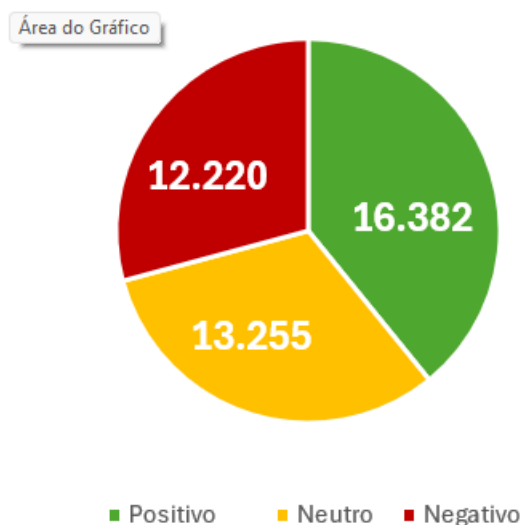


Figura 4. Gráfico de sentimento em relação à ANP nas redes sociais – 2025. Fonte: In.Pacto Comunicação

A ANP não conta com orçamento para impulsionamento de posts nas redes sociais. Assim, os resultados alcançados são fruto de divulgação orgânica, a partir de um planejamento que visa ao melhor aproveitamento possível dos algoritmos de cada plataforma. Os resultados positivos obtidos em 2025 servirão de base para o aprimoramento da atuação da ANP em seus perfis oficiais nas redes sociais em 2026.

Em 2025, além da divulgação das atividades da ANP de regulação e fiscalização do mercado regulado, foram elaboradas campanhas sobre outros temas relevantes. Destacam-se: Mês do Consumidor 2025; 25 anos do Banco de Dados de Exploração e Produção (BDEP); etapas da primeira edição do NAVE – Programa de empreendedorismo da ANP; nova fase do PRH-ANP (inclusive com a criação de Showcase no LinkedIn, conforme informado anteriormente); orientações aos consumidores sobre o mercado de combustíveis; séries didáticas sobre os assuntos regulados pela Agência; participação em eventos relevantes para o setor regulado, como ROG.e e Rio Innovation Week; divulgação de vagas para movimentação de servidores e empregados públicos (#DeuMatch); e adesão a campanhas de conscientização da população, como Agosto Lilás e Outubro Rosa.

4.2.4 Eventos da ANP

Outro indicador das atividades realizadas pela SCI são os eventos, que visam aproximar a ANP não só dos agentes regulados, mas de toda a sociedade. Em 2025, foram executados 96 eventos, a grande maioria virtuais ou híbridos, por sua capacidade de democratizar o acesso a workshops, audiências públicas e outras iniciativas da Agência.

Tabela 3. Eventos realizados pela SCI em 2025	
Tipo de evento	Quantidade
Workshops, seminários e palestras	47
Audiências públicas	15
Prêmio ANP de Inovação Tecnológica	1
Reuniões da Diretoria Colegiada*	24
Rodadas de Licitação	2
Cerimônias	3
Participação em feira com estande	4
Total	96

**As reuniões da Diretoria Colegiada da ANP são tratadas aqui como eventos porque são transmitidas ao vivo (pelo Canal da ANP no Youtube, ou pelo Teams), o que traz um caráter público aos encontros. A transmissão é realizada pela SCI, assim como ocorre com os demais eventos da ANP.*

Entre os destaques do ano, encontram-se: Sessão Pública do 5º Ciclo da Oferta Permanente de Concessão (público de 182 pessoas e mais de 2,8 mil visualizações no YouTube); Sessão Pública do 3º Ciclo da Oferta Permanente de Partilha (público de 149 pessoas e 2,5 mil visualizações no YouTube); XIII Seminário de Segurança Operacional e Meio Ambiente – SOMA (público de 110 pessoas e mais de 2,6 mil visualizações no YouTube); 2º Fórum de Tecnologia e Inovação da ANP (público de 100 pessoas nos três dias do evento e mais de 800 visualizações no YouTube); Prêmio ANP de Inovação Tecnológica 2025 (300 convidados presenciais e 2,5 mil visualizações no YouTube); 15 audiências públicas (mais de 4 mil visualizações no YouTube); e 24 Reuniões de Diretoria (mais de 9,4 mil visualizações no YouTube).

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

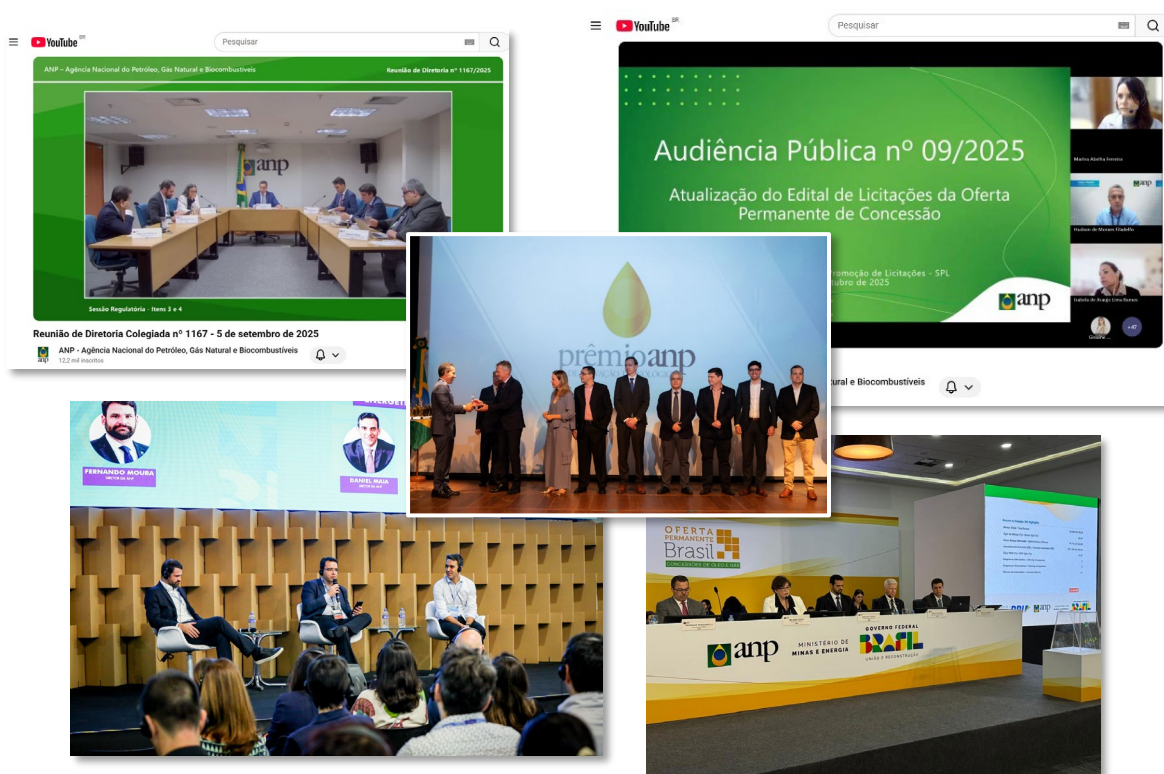


Figura 5. Eventos presenciais, híbridos e virtuais realizados pela ANP em 2025

4.2.5 Relações institucionais

Em 2025, foram realizadas ações de intercâmbio com cinco países. A cooperação entre a ANP e a ANPG (Agência Nacional de Petróleo, Gás e Biocombustíveis), órgão regulador de Angola, seguiu o planejado no Plano de Trabalho, com reuniões de benchmarking entre gestores e técnicos da ANPG e UORGs da ANP, sobretudo com as Superintendências de Conteúdo Local e de Gestão de Pessoas.

Foram realizadas reuniões presenciais e virtuais com representantes de órgãos de governo e empresas dos seguintes países: África, França, Reino Unido, EUA e China, sobre temas afins ao setor regulado pela ANP.

Em 2025, a colaboração para a organização do evento AAPG International Conference & Exhibition, no Rio de Janeiro, em parceria com a AAPG (American Association of Petroleum Geologists) marcou o retorno da edição à região da América Latina e Caribe e a retomada da aproximação entre órgãos reguladores de diferentes países, cujos dirigentes participaram de reunião reservada sobre os desafios e perspectivas regulatórias no contexto de transição energética.

Também faz parte das ações de relações institucionais da ANP a presença em eventos promovidos por terceiros. Em 2025, a Agência participou, por meio de apoio institucional ou presença de dirigentes como palestrantes, em cerca de 40 eventos nacionais do setor regulado de alta relevância, como: 38º Congresso da AIGLP (Associação Iberoamericana de Gas Liquefeito de Petróleo), Rio Innovation Week, 10ª Edição do Anuário do Petróleo no Rio 2025 – Firjan, Bahia Oil & Gas Energy 2025, Gas Week, 7º Encontro de Revendedores de Combustíveis do Município do Rio de Janeiro, 19º Congresso da Sociedade Brasileira de Geofísica, entre outros.

Devido a restrições orçamentárias, em 2025, a ANP realizou apenas uma missão ao exterior – ao evento Cera Week, em Houston/EUA. Nesta missão, houve 14 reuniões com operadoras de petróleo e gás natural, órgãos reguladores e outras instituições para promover as oportunidades de investimento no Brasil, trocar experiências sobre melhores práticas do setor e reforçar cooperação institucional.

Foram também realizadas ações de cooperação mútua no âmbito do acordo com a Apex Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), cuja finalidade é promover a atração de investimentos privados para os setores de petróleo, gás natural, biocombustíveis, hidrogênio e transição energética.

As interações com outras instituições e países – seja com órgãos reguladores do setor energético, entidades governamentais ou empresas – refletem a relevância da ANP nos contextos nacional e internacional. Nesse sentido, as informações sobre relações institucionais e participação em eventos constituem indicadores estratégicos para o planejamento das ações de comunicação.



Figura 6. Algumas visitas de delegações estrangeiras e missão internacional realizadas em 2025

4.2.6 Comunicação interna

Em 2025, as ações de Comunicação Interna desempenharam papel importante na disseminação das medidas relativas aos cortes orçamentários que a Agência sofreu. As iniciativas da área também foram decisivas na divulgação contínua das atividades regulatórias das diversas unidades organizacionais, bem como na comunicação da participação da ANP nos principais eventos dos setores regulados.

Entre os assuntos divulgados ao longo do ano, destacaram-se as mudanças regimentais, com a implementação da desvinculação das áreas finalísticas em janeiro e a criação da figura do Diretor Relator; a publicação da Política de Diversidade, Equidade e Inclusão (DEI) da ANP, aprovada pela diretoria em março; a Campanha de Prevenção e ao Enfrentamento do Assédio e da Discriminação na Agência – “Toda Pessoa Merece Respeito”; os 20 anos do 1º concurso público da Agência; e a continuidade da campanha “Momento BEN Diverso”, em parceria com a Superintendência de Gestão de Pessoas (SGP), que se propõe a transmitir, quinzenalmente, conteúdos educativos sobre diversidade, equidade e inclusão.

Em 2025, a Comunicação Interna publicou 238 comunicados. Desse total, 48 correspondem à newsletter “Destaques da Semana”, restando 190 comunicados temáticos. Desses, cerca de 40 estiveram relacionados a ações e campanhas institucionais. Algumas dessas ações contaram com materiais de apoio, além dos comunicados, como protetores de tela, cartazes e matérias na Intranet.



Figura 7. Comunicados enviados por e-mail em 2025

Quanto à Intranet, foram publicadas 580 páginas em 2025, incluindo, principalmente, notícias, além de atualizações e criação de páginas fixas com conteúdo voltado para os servidores. Foi recebida uma média de 53 mil visitas por mês, um aumento de aproximadamente 43% em relação à média de 2024. Em 2025, a Intranet registrou a maior média histórica de acesso. O maior pico mensal de acessos ocorreu em maio, com 62.888 visitas, no contexto das mudanças nos ciclos do Programa de Gestão e Desempenho (PGD).

A média mensal de visualizadores únicos foi de 1.088 em 2025, frente a 1.076 em 2024, o que indica consistência, com a grande maioria do quadro funcional utilizando regularmente o canal.



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

5. PLANEJAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO 2026

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

As três primeiras diretrizes foram apresentadas nas seções 3 e 4. Nesta seção, serão apresentadas as atividades previstas para 2026 pelas demais áreas da ANP (5.1) e as ações planejadas pela SCI para o ano (5.2).

5.1 Atividades previstas pelas áreas da ANP em 2026

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 2026, foram

indicadas cerca de 280 ações pelas demais áreas, contemplando principalmente eventos, missões ao exterior, acordos de cooperação, publicações e ações de divulgação interna e externa.

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

5.2 Ações planejadas

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

5.2.1 Mês do Consumidor 2026

Anualmente, a ANP realiza, durante o mês de março, uma programação especial, pelo Dia do Consumidor, que é comemorado no dia 15 desse mês. Para 2026, estão previstas:

- Divulgação de operação especial de fiscalização;
- Divulgação de vídeos, cards e informações, nas redes sociais, com conteúdos voltados ao consumidor de combustíveis, gás de cozinha e lubrificantes, bem como esclarecimentos sobre o trabalho da ANP voltado a esses consumidores;
- Criação da página especial “Mês do Consumidor 2026”, no site da ANP, com os novos materiais produzidos ao longo do mês de março.

5.2.2 Vídeo institucional

A SCI planeja, para 2026, a elaboração de um vídeo institucional da ANP, que tem como objetivo apresentar a Agência, suas atribuições e estrutura à sociedade. Além de ficar disponível no Site e ser divulgado em redes sociais, a intenção é que a peça seja apresentada também nos eventos realizados pela ANP. A ação estava inicialmente prevista para 2025, mas não pôde ser realizada por restrições orçamentárias.

5.2.3 Videocast ANP

Também estão previstos para 2026 dois novos episódios do Videocast ANP. Os temas ainda serão definidos, levando-se em conta as atividades da Agência de maior interesse para a sociedade.

Será mantido o formato, bem como o tom didático e, ao mesmo tempo, leve, adotado nas edições anteriores. Os episódios são inteiramente produzidos pela equipe da SCI, o que inclui a seleção do tema e dos convidados, pesquisa e criação do roteiro, a contratação do estúdio, a gravação, a edição e a divulgação.

5.2.4 Eventos da ANP

No ano de 2026, estima-se a promoção, pela ANP, de aproximadamente 95 eventos internos e externos, em sua maioria, virtuais. Os principais serão:

- **Ciclos da Oferta Permanente:** em 2026, estima-se a realização de pelo menos duas sessões públicas, uma para a Oferta Permanente de Concessão e outro para a Oferta Permanente de Partilha.
- **Prêmio ANP de Inovação Tecnológica:** a previsão é de que a cerimônia de entrega dos prêmios da edição 2026 seja realizada entre novembro e dezembro.
- **Audiências públicas:** estão previstas 27 audiências públicas, virtuais ou híbridas, que fazem parte do processo de participação social nas decisões da ANP.
- **Seminários, palestras e workshops:** são eventos em que temas técnicos ou institucionais são discutidos com os participantes, entre especialistas, entidades de classes, instituições públicas, agentes regulados, servidores da ANP e/ou público em geral. Estão previstos 36 desses eventos em 2026.
- **Reuniões da Diretoria Colegiada:** está prevista a realização de 24 reuniões da Diretoria Colegiada da ANP ao longo de 2026.

5.2.5 Participação em eventos externos e relações institucionais

Em 2026, estima-se a participação da ANP, com apoio institucional ou presença de dirigentes, em cerca de 25 eventos nacionais realizados por terceiros, incluindo congressos, feiras e workshops, entre outros.

A Agência também deverá participar de seis missões internacionais relativas a eventos do setor regulado: Cera Week (EUA); Offshore Technology Conference (OTC) Houston (EUA); OTC Asia (Malásia); Hyvolution (França); Adipecc (Emirados Árabes Unidos); e Gastech (Itália).

As ações de relações institucionais envolverão intercâmbio com outros países e acordos de cooperação. Para 2026, será dada continuidade ao acompanhamento e às ações relacionadas aos acordos de cooperação vigentes com a Agência Reguladora de Petróleo, Gás Natural de Angola (ANPG) e com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX). Também estão previstas ações de intercâmbio com a Universidade do Texas (Texas Christian University) e com o governo de Trinidad e Tobago e o da Costa Rica.

A ANP prevê receber, no ano, em torno de quatro delegações estrangeiras no Brasil, com interesse principalmente em biocombustíveis e transição energética.

5.2.6 Imprensa

Em 2026, será dada continuidade ao aprimoramento dos materiais de divulgação à imprensa sobre as atividades da ANP.

Terão destaque, na elaboração desses materiais, conteúdos sobre a Oferta Permanente, uma vez que há previsão de realização de pelo menos dois ciclos no ano, um no regime de concessão e outro, no de partilha da produção. Será necessário esclarecer à imprensa como funciona a Oferta Permanente, as diferenças entre os dois regimes, divulgar as etapas das licitações e seus resultados.

Há ainda previsão de aumento das demandas de imprensa a serem respondidas em 2026, na comparação com 2025, bem como do número de releases a serem divulgados. Isso se deve à estimativa da realização dos leilões da Oferta Permanente e a outros desafios que foram apontados na seção 4.1 (Cenário), como: ações referentes à transição energética, em especial a regulamentação de pontos da Lei do Combustível do Futuro; andamento da agenda regulatória da ANP para o gás natural, tema que tem despertado interesse da mídia; e o cenário geopolítico internacional, que leva a questionamentos sobre possíveis impactos no abastecimento nacional de combustíveis. Além disso, é comum que, em anos eleitorais, alguns temas regulados pela ANP fiquem em evidência em campanhas políticas, gerando também interesse da imprensa.

5.2.7 Treinamentos sobre comunicação para o público interno

No ano de 2026, a SCI também prevê ministrar treinamentos ao público interno. O objetivo é aprimorar os fluxos de trabalho entre a SCI e as demais áreas, para: apuração de informações para releases e respostas à imprensa; organização de eventos; revisão e programação visual de publicações; divulgações de comunicação interna; publicações no Site; demandas de relações

institucionais; e outras ações que se façam necessárias. Essa ação havia sido prevista para 2025, mas não pôde ser realizada devido a restrições orçamentárias e de pessoal.

5.2.8 Newsletters

Para 2026, está prevista continuidade das newsletters externa (Notícias da Semana) e interna (Destaques da Semana). Considerando a periodicidade das newsletters, que são semanais, a previsão é que sejam enviadas cerca de 50 edições de cada ao longo do ano.

5.2.9 Redes sociais

A SCI tem buscado, cada vez mais, investir em conteúdos exclusivos para redes sociais, além das divulgações factuais das ações realizadas pela ANP. O objetivo é esclarecer à população, de forma didática, aspectos do setor regulado e da atuação da Agência.

Nesse sentido, em 2026, a ANP vai continuar trabalhando para ampliar sua presença nessas redes. A intenção é utilizar cada vez mais recursos que proporcionem maior engajamento com os usuários, permitindo a transmissão das mensagens de forma didática, clara e atrativa.

Um dos projetos previstos para 2026 é a criação de uma série mensal, chamada “Giro ANP”, que apresentará os destaques da Agência no último mês, em formato de carrossel de cards. A intenção é mostrar, de forma consolidada, o trabalho da ANP e aproximá-lo da sociedade.

Também está programada uma campanha sobre a história do Centro de Pesquisas e Análises Tecnológicas (CPT/ANP), que tem importante papel na manutenção da qualidade dos produtos regulados pela Agência disponibilizados aos consumidores.

5.2.10 Guia de Atuação da ANP nas Redes Sociais

Está planejada para 2026 a elaboração de um guia de atuação da ANP nas redes sociais, para explicar, por exemplo, tipos de assuntos a serem divulgados, responsáveis pela gestão dos perfis institucionais, entre outras diretrizes. O documento estará alinhado com a Política de Segurança da Informação e Comunicações (Posic), o Mapa Estratégico da ANP e os demais instrumentos de planejamento e gestão da Agência. Essa ação havia sido prevista para 2025, mas não pôde ser realizada devido a restrições orçamentárias e de pessoal.

5.2.11 Publicações

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

Para 2026, está prevista uma nova publicação sobre hidrogênio e novas edições do Relatório de Gestão ANP; Relatório Anual de Exploração; Relatório Anual da Ouvidoria da ANP; Boletim Anual de Fiscalização; Encarte de Consolidação da Produção Anual (publicado junto ao Boletim Mensal da Produção de Petróleo e Gás Natural de dezembro, trazendo os dados anuais); e atualização do folheto em inglês sobre “Oportunidades de investimento no setor de óleo e gás no Brasil” e a Oferta Permanente. A maioria dessas publicações chega à SCI com o conteúdo original produzido pelas áreas internas. As periodicidades dessas publicações variam, podendo ser únicas, mensais, bimestrais, semestrais ou anuais. Há, ainda, outras publicações da ANP não mencionadas acima que já utilizam padrão visual e templates previamente desenvolvidos pela SCI e disponibilizados às áreas técnicas.

5.2.12 Comunicação interna

Em 2026, um dos principais assuntos da comunicação interna deverá ser a chegada de novos servidores para a Agência, aprovados no Concurso Nacional Unificado do Governo Federal (CNU). Também estão previstas a realização de campanha orientadora sobre condutas institucionais no período das eleições federais, conforme diretrizes do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), e a divulgação de informações sobre alterações pontuais no expediente durante a Copa do Mundo da FIFA 2026.

Estão previstas ações e campanhas específicas relacionadas aos seguintes temas: Mês da Saúde (SGP); diversidade, equidade e inclusão; Plano de Governança em Privacidade - PGP/LGPD; painéis dinâmicos; ações de integridade e ética; divulgação do conteúdo da Intranet, com incentivo à participação das áreas na divulgação de atividades dos servidores; e divulgação dos serviços do ambulatório disponíveis aos servidores; entre outros. Também há previsão de veiculação de comunicações relacionadas ao uso consciente e seguro da inteligência artificial, como parte das ações de orientação aos servidores.

Além disso, serão realizadas as atualizações constantes em toda a Intranet, principalmente na seção “Minha ANP”, onde estão disponíveis as informações de interesse para o dia a dia dos servidores, como as regras e instruções sobre o Programa de Gestão de Desempenho (PGD).

5.2.13 Site da ANP

Em 2026, será mantido o trabalho de atualização constante do Site principal da ANP (www.gov.br/anp) e da página das Rodadas de Licitações (www.gov.br/anp/pt-br/rodadas-anp), que apresenta conteúdos específicos sobre esses certames. Também será continuada a revisão para adequação do conteúdo do Site à Linguagem Simples e Inclusiva; bem como melhora da acessibilidade e da navegação, tornando-a mais intuitiva. A SCI vai continuar investindo na curadoria do conteúdo e da arquitetura do Site, canal oficial da ANP.

5.2.14 Gestão de contratos

A SCI gerencia os contratos de clipping jornalístico, de serviços de comunicação corporativa e de apoio a eventos. Em 2026, serão realizadas novas licitações para serviços para eventos e clipping jornalístico, além de uma alteração contratual para realocação das quantidades do contrato de serviços de comunicação corporativa.

Na tabela abaixo, são apresentados os valores desses contratos para seu período de vigência, ou seja, um ano. É importante destacar que, no caso do contrato de eventos e no de comunicação corporativa, o valor apresentado é o máximo permitido pelos contratos. 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\$ 4.227.293,01
Comunicação corporativa	In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS.	Nº 1.026/2024	R\$ 1.596.152,55
Serviço de clipping	I4 Processamento e Sistemas de Informações Ltda.	Nº 9.030/21	R\$ 114.276,00



anp

Agência Nacional
do Petróleo,
Gás Natural e Biocombustíveis