

Agência  
Goiana de  
Infraestrutura  
e Transportes



ESTADO DE GOIÁS  
AGÊNCIA GOIANA DE INFRAESTRUTURA E TRANSPORTES  
Portaria 85/2021 - GOINFRA

O PRESIDENTE DA AGÊNCIA GOIANA DE INFRAESTRUTURA E TRANSPORTES - GOINFRA,  
no uso de suas atribuições legais,

Considerando as competências elencadas nos artigos 55 e 56 da Lei Estadual nº.  
20.491/2019, que estabelece a organização administrativa do Poder Executivo e dá outras providências;

Considerando a necessidade de implementar e institucionalizar uma Política de  
Comunicação no âmbito da GOINFRA, para estabelecer diretrizes norteadoras das ações de Comunicação  
Setorial;

Considerando o objetivo de promover o fortalecimento da imagem institucional e  
promover maior transparência acerca da atuação da Agência junto à sociedade e demais públicos de  
interesse;

RESOLVE:

Art. 1º. Instituir a Política de Comunicação da Agência Goiana de Infraestrutura e  
Transportes, nos termos do instrumento constante do Anexo Único desta Portaria.

Art. 2º. Esta Portaria entra em vigor a partir da data de sua publicação.

PEDRO HENRIQUE RAMOS SALES  
Presidente

Gabinete do Presidente da AGÊNCIA GOIANA DE INFRAESTRUTURA E TRANSPORTES, aos 04 dias do mês de março de  
2021.

**ANEXO ÚNICO**

**POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA AGÊNCIA GOIANA DE INFRAESTRUTURA E TRANSPORTES**

**CAPÍTULO I**

## FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO

Art. 1º – A Política de Comunicação da Goinfra tem por objetivo estabelecer diretrizes para nortear as ações de Comunicação Setorial no âmbito da agência, contribuindo para o fortalecimento de sua imagem institucional e conferindo maior transparência acerca de sua atuação junto à sociedade e aos demais públicos de interesse.

Parágrafo único - São objetivos específicos desta Política:

I - Consolidar a comunicação como instrumento de gestão e ferramenta estratégica da Goinfra;

II - Disponibilizar informações de interesse da sociedade, do público interno, dos órgãos públicos e dos veículos de comunicação;

III - Trabalhar de forma integrada às demais áreas e departamentos da agência para potencializar os resultados da comunicação.

Art. 2º - A missão da Comunicação Setorial é informar a sociedade e os públicos de interesse acerca das ações e do trabalho realizados pela Goinfra, ressaltando sua importância para a sociedade, de forma eficiente, ética e transparente.

### **Das características**

Art. 3º - A comunicação institucional da Goinfra, obrigatoriamente, deve ter por características:

I - A unidade: o discurso institucional deve ser íntegro e coerente, favorecendo uma leitura única pelos distintos públicos de interesse;

II - A qualificação da informação: a Comunicação Setorial deve garantir que o tratamento dado às informações divulgadas e o nível de complexidade do discurso se adaptem ao universo do público a ser atingido. Também devem ser adotados formato, linguagem e abordagem mais adequadas a cada conteúdo.

III - A clareza e a precisão da informação – a Comunicação Setorial deve disponibilizar aos públicos informações assertivas e precisas, de forma clara e inspiradora.

IV – A credibilidade - A informação pública, distribuída e disponibilizada pela Comunicação Setorial deve ser pertinente e credível para sustentar a relação de confiabilidade entre a instituição e seus diversos públicos.

### **Das diretrizes**

Art. 4º - As diretrizes da Política de Comunicação norteiam as práticas da comunicação institucional da Goinfra com seus públicos interno e externo.

Art. 5º - Todas as ações de comunicação devem ser idealizadas, planejadas e executadas de forma a auxiliar a instituição no cumprimento de sua missão e atribuições;

Art. 6º - A gestão da comunicação deve ser estratégica, focada em resultados e direcionada ao atendimento das metas essenciais da instituição, enquanto as atividades complementares poderão ser terceirizadas a empresas, parceiros e profissionais de qualidade e méritos reconhecidos no mercado;

Art. 7º - Todos os processos de comunicação da autarquia devem ser guiados pela busca da qualidade, o que implica dispor de uma estrutura organizacional profissionalizada para atender às diretrizes propostas nesta Política;

Art. 8º - As práticas e projetos de comunicação devem ser planejados e mensurados, sendo passíveis de monitoramento e análise de desempenho, de forma a municiar o gestor da área com ferramentas de gestão adequadas para a busca permanente por resultados;

Art. 9º - Todos os servidores envolvidos com a comunicação devem primar seu trabalho pela ética profissional, direcionando suas atividades para facilitar à sociedade o direito às informações de relevância social e pública;

Art. 10º - Os documentos produzidos na Goinfra devem adotar linguagem clara e de fácil entendimento para os diversos segmentos da sociedade;

Art. 11 - As ações e decisões da Goinfra, que são públicas, devem estar disponíveis, na sua integralidade, à sociedade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança das informações do Governo do Estado;

Art. 12 - Todos os setores da agência devem responder aos questionamentos feitos pela Comunicação Setorial com agilidade e eficiência, de modo a permitir a publicação de matérias e respostas à imprensa em tempo hábil, viabilizando à sociedade o acesso aos dados requeridos;

Art. 13 – É prerrogativa da Comunicação Setorial analisar e trabalhar as informações, adequando-as aos valores estabelecidos nesta Política de Comunicação, respeitando as normativas e a hierarquia da autarquia, preocupando-se, antes de tudo, com o bem comum;

Art. 14 - Toda e qualquer informação ou mensagem repassada à imprensa deverá ter fonte segura, de credibilidade e passível de checagem, sendo vedado à Goinfra divulgar dados sem base consistente;

Art. 15 - O atendimento às demandas de imprensa deve ser sempre ágil, atendendo, preferencialmente e na medida do possível, os prazos solicitados pela mídia, responsável por levar as informações à sociedade.

Parágrafo único - As demandas devem ser respondidas efetivamente, atendendo a todos os questionamentos feitos, justificando ao requerente, em tempo hábil, as eventuais impossibilidades de atendimento;

Art. 16 - A atuação da Comunicação Setorial deve ser integrada e organizada de forma a buscar o aumento do *share of mind* (fixação da imagem da instituição na mente das pessoas), com reconhecimento das ações da Goinfra e de sua atuação em benefício da sociedade;

Art. 17 - A Goinfra deve fazer uso adequado das mídias on-line, utilizando o site, a intranet e as redes sociais, devendo possuir sistematização e um plano de atuação;

Art. 18 - A Comunicação Setorial deve ampliar o diálogo com instituições que fazem trabalho integrado com a Goinfra, com o propósito de que a agência seja percebida como parceira na gestão correta dos recursos públicos;

Art. 19 - A Comunicação Setorial deve priorizar, na produção de conteúdo, as deliberações e as atividades que importem em impacto social ou necessidade de dar conhecimento à sociedade;

Art. 20 - A Comunicação Setorial deve observar, na produção de conteúdo para divulgação, a materialidade, relevância, risco e urgência das deliberações e das ações;

Art. 21 – A Goinfra deve tratar de forma isonômica e respeitosa os diversos veículos e profissionais de comunicação, assim como aqueles que atuam de forma independente.

Art. 22 – São vedadas as seguintes práticas referentes à comunicação no âmbito da Goinfra:

I - Ações de comunicação que agredam ou desrespeitem os direitos humanos e civis, ou que contenham mensagens preconceituosas ou discriminatórias;

II - Práticas de comunicação que deem espaço para o favorecimento pessoal de colaboradores, diretores ou parceiros.

Art. 23 - Para fins de comunicação, são considerados públicos da Goinfra:

I - Externo – Imprensa, empresas contratadas, fornecedores, órgãos públicos e organizações parceiras.

II - Interno - diretores, gerentes, servidores, jovens aprendizes e funcionários de empresas terceirizadas.

## CAPÍTULO II COMPORTAMENTO E PRINCÍPIOS BÁSICOS

### **Dos líderes**

Art. 24 - Cabe ao corpo executivo (presidência, diretoria e gerência):

I - Garantir e estimular a livre circulação de informações, respeitando princípios éticos e de não discriminação, de modo que os servidores estejam devidamente informados sobre o que ocorre na Goinfra e estimulados a contribuir com a missão da agência;

II - Garantir que os servidores tenham abertura para apresentar suas opiniões em fóruns e reuniões;

III - Garantir a confidencialidade das informações exclusivas aos fóruns deliberativos da Goinfra;

IV - Garantir que as decisões tomadas em reuniões executivas sejam compartilhadas com a equipe;

V - Dar o exemplo de uma comunicação que observe o respeito entre as pessoas e em relação ao espaço que elas ocupam.

### **Dos servidores**

Art. 25 - No seu dia a dia, os servidores atuam, dentro e fora da Goinfra, como agentes de divulgação. Cabe a eles conhecer os objetivos e a missão da agência, assim como suas políticas e procedimentos, que devem ser fornecidos já no processo de integração que se realiza logo após a posse nos cargos.

Art. 26 - Os colaboradores devem identificar oportunidades de divulgação dentro de suas áreas e atividades e encaminhá-las à Comunicação Setorial.

### **Da gestão da marca**

Art. 27 - A marca é um dos ativos mais valiosos da Goinfra, sendo responsabilidade da Comunicação Setorial trabalhar pela preservação de sua credibilidade.

Art. 28 - Cabe à Comunicação Setorial desenvolver estratégias para o uso e a aplicação da marca e de sua identidade visual nos materiais de comunicação, sejam eles institucionais ou de projetos.

Art. 29 – Todas as demais áreas da Goinfra são corresponsáveis pela aplicação correta da marca da agência e devem seguir o manual de aplicação da logomarca disponibilizada pela Comunicação Setorial.

Art. 30 – Cabe à Comunicação Setorial orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca da Goinfra em peças de comunicação, quer sejam produzidas internamente, por fornecedores ou por organizações parceiras.

Art. 31 – Definiu-se uma marca com o objetivo de tornar clara a percepção da atuação da Goinfra por todos os públicos estratégicos. Assim, não deverão ser criadas novas marcas ou submarcas para projetos, ferramentas ou eventos da Autarquia.

### **Das fontes e temas associados**

Art. 32 – Deve ser facilitado à Comunicação Setorial o reconhecimento e o acesso às fontes de notícias dentro da Goinfra. Fontes são portadores de informação, que podem ser pessoas, documentos ou materiais audiovisuais, e devem ser transparentes quanto à origem e ao conteúdo divulgado para ter credibilidade.

Art. 33 – A partir do acesso de que trata o art. 29, a Comunicação Setorial e a diretoria podem identificar os porta-vozes ou documentos mais adequados a cada tema trabalhado pela entidade.

Art. 34 - São porta-vozes da Goinfra: o presidente, os diretores e os gerentes, cada um em sua especialidade.

Art. 35 - Cabe ao presidente e à diretoria abordarem os temas estratégicos, de relevância ou de grande repercussão política;

Art. 36 - Quem fala em nome da Goinfra não deve emitir opinião pessoal sobre os assuntos relativos à entidade.

Art. 37 - Opiniões e posicionamentos pessoais, especialmente os de natureza política, que não reflitam as posições oficiais da Goinfra não devem ser divulgados também pelo e-mail institucional da Agência.

Art. 38 - Os servidores da Goinfra não estão autorizados a representá-la nem a emitir opinião em eventos, entrevistas ou matérias jornalísticas que não sejam relacionadas com o seu trabalho na agência, a menos que previamente autorizados.

#### **Do website**

Art. 39 - O principal veículo de comunicação da Goinfra na internet é o seu site. Nele são divulgados as ações e o conhecimento gerado pela autarquia, por meio de matérias jornalísticas, notas, fotos, apresentações e vídeos;

Art. 40 - Cabe à Comunicação Setorial selecionar, produzir ou editar o material que será divulgado no site, sendo de sua responsabilidade a aprovação, quando necessária, com os autores e fontes de informação;

Art. 41 - A divulgação das iniciativas da Goinfra será feita, preferencialmente, por meio do seu site.

Art. 42 - A linguagem do site buscará clareza e completude das informações e deverá estar alinhado à identidade Autarquia.

#### **Das redes sociais**

Art. 43 - A participação da Goinfra nas redes sociais deve estar alinhada à sua missão.

Art. 44 - A gestão do uso das redes sociais será de responsabilidade da Comunicação Setorial, que deverá indicar quais servidores terão permissão para administrar os perfis institucionais.

Art. 45 - Assim como nos demais meios de divulgação da Goinfra, nas redes sociais também não será tolerada nenhuma forma de opinião com conteúdos discriminatórios em relação a raça, cor, sexo, orientação sexual, qualquer tipo de deficiência, classe ou idade;

### **CAPÍTULO III RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS**

#### **Secretaria de Comunicação do Estado**

Art. 46 - A Comunicação Setorial da Goinfra é tecnicamente subordinada à Secretaria de Comunicação do Estado (Secom), devendo, portanto, manter diálogo direto e rotineiro com a pasta.

Art. 47 - Todo material produzido pela Comunicação Setorial para divulgação institucional deve ser aprovado pela Secom.

Art. 48 - A comunicação institucional da Goinfra deve estar em consonância com as diretrizes estipuladas pela Secom para a comunicação do Governo do Estado.

Art. 49 - É responsabilidade da Comunicação Setorial informar os projetos e as ações da Goinfra à Secom para elaboração, em conjunto, de estratégias de comunicação.

Art. 50 - A Comunicação Setorial poderá contar com apoio e suporte técnico da Secom na criação e divulgação de material para veiculação das ações da Goinfra em site, redes sociais e outras mídias.

### **Imprensa**

Art. 51 - O relacionamento com a imprensa e com os veículos de comunicação deve contribuir para fortalecer a credibilidade da Goinfra, por meio do fornecimento de informações com transparência, prontidão e consistência e pela atenção aos compromissos assumidos com jornalistas.

Art. 52 - O contato com os jornalistas deve ser feito, prioritariamente, pela Comunicação, que é a responsável pela divulgação das informações que a Goinfra quer publicar.

Art. 53 - Nenhuma informação para os jornalistas poderá ser disseminada sem o aval da Comunicação.

Art. 54 - Todos os porta-vozes da Goinfra, dentro da sua especialidade, devem estar preparados para estabelecer um relacionamento com a mídia, colocando-se como fonte de informação sobre os temas trabalhados pela agência.

Art. 55 - Os pedidos de informação da imprensa que chegarem a outras áreas devem ser, impreterivelmente, encaminhados à Comunicação Setorial.

Art. 56 - Para os veículos de projeção nacional, a prioridade de contato é com o presidente da Goinfra, seguido dos diretores.

Parágrafo único - Na impossibilidade de atendimento por uma dessas duas fontes, a solicitação deve ser atendida pela gerência especializada no tema em questão ou, em sua indisponibilidade, pelo chefe da Comunicação Setorial.

Art. 57 - A Comunicação Setorial deve cultivar uma relação de proximidade e parceria com os veículos e profissionais de comunicação, atuando de forma estratégica, prezando pela transparência, cordialidade e eficiência.

Art. 58 - Cabe à Comunicação Setorial apurar dados, adequar as informações para a linguagem jornalística e se responsabilizar pelos registros fotográficos e pelas imagens utilizadas nas publicações.

Art. 59 - São atividades de relacionamento com a imprensa:

I - Elaboração de releases e sugestões de pauta;

II - Redação de matérias jornalísticas que atendam aos critérios de noticiabilidade;

III - Estruturação do banco de fontes;

IV - Produção de manuais para subsidiar os processos de produção de notícias pelos setores de comunicação;

V - Organização e/ou acompanhamento de entrevistas com a imprensa ou outros grupos, quando necessário. Recomenda-se que as fontes sejam capacitadas para o atendimento da mídia e que recebam orientações de media training.

Art. 60 - A Comunicação Setorial deve estar preparada para reconhecer as oportunidades e atender as demandas de imprensa com deadline alinhado; promover espaços de interação como

eventos, visitas e publicações de materiais de interesse jornalístico; receber sugestões de produção de conteúdo e avaliar os canais e a linguagem adequados para a sua divulgação.

Art. 61 - À Comunicação Setorial cabem ainda as atividades de monitoramento, mensuração e análise da mídia.

### Seguidores

Art. 62 - O relacionamento com os públicos nas redes sociais deve ser pautado pelo diálogo e pela colaboração, e não apenas pela divulgação de conteúdos.

### Servidores

Art. 63 - O relacionamento com o público interno deve estar baseado nos valores da ética, transparência e respeito, a fim de contribuir positivamente para o desenvolvimento pessoal e profissional e para o alcance dos objetivos e metas da instituição.

Art. 64 - A comunicação interna, realizada em parceria com a área de recursos humanos da agência, deve estimular a circulação de informações qualificadas, incentivar o comprometimento dos públicos com os objetivos institucionais, consolidar a cultura organizacional e favorecer a criação de um clima organizacional saudável e produtivo.

Art. 65 - A relação da Comunicação Setorial com os servidores deve ser pautada pelo respeito, transparência e estímulo à participação.

Art. 66 - Os servidores devem ser informados pela Comunicação Setorial, em primeira mão e dentro do possível, sobre os atos e decisões da administração que serão divulgados aos demais públicos.

Art. 67 - A Comunicação Setorial deve compartilhar, nos canais de comunicação internos, as informações sobre reuniões que tragam notícias dos grupos de trabalho; novidades e conquistas de comitês internos; e o reconhecimento de conquistas pessoais dos servidores.

Art. 68 - Ferramenta utilizada pela Comunicação Setorial para a divulgação direta aos servidores, o e-mail institucional da Goinfra tem como finalidade informar as questões institucionais que dizem respeito a Agência e não deve ser usado para endereçar questões pessoais.



Documento assinado eletronicamente por **PEDRO HENRIQUE RAMOS SALES, Presidente**, em 04/03/2021, às 18:08, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000018944420** e o código CRC **5061BE6B**.

GERÊNCIA DE GOVERNANÇA ESTRATÉGICA  
AVENIDA GOVERNADOR JOSÉ LUDOVICO DE ALMEIDA - Bairro CONJUNTO CAICARA -  
CEP 74775-013 - GOIANIA - GO - 20 (BR-153, Km 3,5) (62)3265-4014



Referência: Processo nº 202100036003418



SEI 000018944420