

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 agridam 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?](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1)

[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



cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias.

Artigo 3º - Fica revogada a portaria nº 045/2020 - SECOM

Artigo 4º - Esta Portaria entra em vigor nesta data.

CUMPRE-SE, CIENTIFIQUE-SE e PUBLIQUE-SE.

Documento assinado eletronicamente por TONY CARLO BEZERRA COELHO, Secretário (a), em 05/03/2021, às 15:47, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.

Protocolo 220386

Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento

AVISO DE LICITAÇÃO

PREGÃO ELETRÔNICO Nº 001/2021

PROCESSO: Nº 202017647002023

ÓRGÃO: Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Estado de Goiás - SEAPA.

TIPO: MENOR PREÇO - POR ITEM.

DATA DE ABERTURA: 23/03/2021 às 09 horas, através do Portal www.comprasnet.go.gov.br.

OBJETO: Aquisição de 01 (um) Caminhão Baú, que será utilizado nas atividades do Banco de Alimentos do Estado de Goiás, implantado por esta Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento - SEAPA.

O Instrumento Convocatório e seus Anexos encontram-se à disposição dos interessados nos sites www.comprasnet.go.gov.br, www.agricultura.go.gov.br e na Gerência de Compras Governamentais, localizada na Rua 236, nº 52, Qd.117, Setor Leste Universitário, Goiânia - GO. Informações pelo telefone: (62) 3201-8997.

GERÊNCIA DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS DA SEAPA, em Goiânia, 05 de março de 2021.

Wagner Assis Rodrigues
Gerente de Compras Governamentais

Protocolo 220292

AVISO DE LICITAÇÃO

PREGÃO ELETRÔNICO Nº 002/2021

PROCESSO: Nº 202017647001440

ÓRGÃO: Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Estado de Goiás - SEAPA

TIPO: MENOR PREÇO POR ITEM

DATA DE ABERTURA: 23/03/2021 às 10h, através do Portal www.comprasnet.go.gov.br

OBJETO: Aquisição de Caminhões Compactadores de Lixo para o Estado de Goiás, por meio da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento - SEAPA a serem distribuídos aos municípios goianos.

O Instrumento Convocatório e seus Anexos encontram-se à disposição dos interessados nos sites www.comprasnet.go.gov.br, <http://www.agricultura.go.gov.br>, na Gerência de Compras Governamentais, localizada na Rua 236, nº 52, Qd.117, Setor Leste Universitário, Goiânia - GO. Informações pelo telefone: (62) 3201-8997.

GERÊNCIA DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS DA SEAPA, em Goiânia, 05 dias do mês de março de 2021.

Wagner Assis Rodrigues
Gerente de Compras Governamentais

Protocolo 220380

AUTARQUIAS

Agência Goiana de Regulação, Controle e Fiscalização de Serviços Públicos - AGR

Portaria AGR 25/2021 - AGR

O PRESIDENTE DO CONSELHO REGULADOR DA AGÊNCIA GOIANA DE REGULAÇÃO, CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DE SERVIÇOS PÚBLICOS - AGR, no uso de suas atribuições legais, nos termos do que dispõe a Lei n. 13.569, de 27 de dezembro de 1999 e Decreto n. 9.533, de 09 de outubro de 2019, que aprova o Regulamento desta Agência e, ainda, tendo em vista a necessidade de se empreender os estudos para a definição da metodologia de cálculo a ser utilizada no 2º Ciclo de Revisão Tarifária Periódica da concessionária Saneamento de Goiás S/A-SANEAGO:

RESOLVE:

Art. 1º. Designar, os servidores abaixo relacionados, para integrar o Grupo de Trabalho com atribuição específica de elaborar os estudos para a definição da metodologia de cálculo a ser utilizada no 2º Ciclo de Revisão Tarifária Periódica da concessionária Saneamento de Goiás S/A-SANEAGO:

- Thiago Nepomuceno Carvalho, CPF nº 019.011.811-38, como Coordenador institucional;
- Andrea Bonanato Estrela, CPF nº 847.332.411-00, como Coordenadora técnica;
- Carla Soares de Paiva, CPF nº 510.635.731-49, Assistente
- Eduardo Henrique da Cunha, CPF nº 796.048.111-34, Membro;
- Adalberto Pereira da Silva, CPF nº 770.403.681-53, Membro;
- Paulo Barbosa de Oliveira, CPF nº 499.196.361-34, Membro;
- Wilson Costa Ferreira, CPF nº 086.026.031-34, Membro.

Art. 2º. Os trabalhos deverão ser desenvolvidos em consonância com os estudos e análises apresentadas pela equipe técnica da Agência de Regulação de Goiânia - AR, nos termos do Convênio nº 08/2020, de 29.12.2020.

Art. 3º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação
GABINETE DO CONSELHEIRO PRESIDENTE DO CONSELHO REGULADOR da AGÊNCIA GOIANA DE REGULAÇÃO, CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DE SERVIÇOS PÚBLICOS, aos 26 dias do mês de fevereiro de 2021.

Protocolo 220253

Agência Goiana de Infraestrutura e Transportes

Portaria 85/2021 - GOINFRA

O PRESIDENTE DA AGÊNCIA GOIANA DE INFRA-ESTRUTURA 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 deve 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 agridam 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 responsáveis 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 conhecimento 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 cheguem 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 à Agência e não deve ser usado para endereçar questões pessoais.

Protocolo 220318

EXTRATO DE TERMO ADITIVO

TERMO ADITIVO N.º 37/2021-GOINFRA. TERMO DE ADITAMENTO DO CONTRATO N.º 002/2018-PR-NEJUR, REFERENTE À CONTINUAÇÃO DA CONSTRUÇÃO DE HOSPITAL MODULAR COM 180 LEITOS, EM URUAÇU, NESTE ESTADO. **CONTRATANTE:** AGÊNCIA GOIANA DE INFRAESTRUTURA E TRANSPORTES - GOINFRA. **CONTRATADA:** OLIVEIRA MELO ENGENHARIA E CONSTRUÇÕES LTDA. **OBJETO:** PRORROGAR OS PRAZOS DE EXECUÇÃO E DE VIGÊNCIA DO CONTRATO N.º 002/2018-PR-NEJUR, AMBOS POR 180 (CENTO E OITENTA) DIAS, COM FUNDAMENTO NO ART. 57, § 1º, INCISO II, DA LEI FEDERAL N.º 8.666/93. **PROCESSO N.º 201700036000436.**

Protocolo 220236

AVISO DE NOVA SESSÃO PREGÃO ELETRÔNICO Nº 09/2021

A AGÊNCIA GOIANA DE INFRAESTRUTURA E TRANSPORTES - GOINFRA, por intermédio de sua Comissão Permanente de Licitação, torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar nova sessão pública, para continuidade do certame, no site www.comprasnet.go.gov.br, a partir das **09:00 horas do dia 09 de março de 2021**, referente ao **PREGÃO ELETRÔNICO Nº 09/2021** - destinado à CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE LIMPEZA, HIGIENIZAÇÃO, CONSERVAÇÃO, JARDINAGEM, ASSEIO E DESINFECÇÃO DE BENS MÓVEIS E IMÓVEIS NAS DEPENDÊNCIAS DA AGÊNCIA GOIANA DE INFRAESTRUTURA E TRANSPORTES - GOINFRA; NA SEDE DO COMANDO DE POLICIAMENTO RODOVIÁRIO - CPR; NA USINA DE ASFALTO DA GOINFRA NA CIDADE DE GOIANIRA - GO; E NOS AERÓDROMOS ADMINISTRADOS PELO ESTADO DE GOIÁS - GOINFRA, LOCALIZADOS EM 29 (VINTE E NOVE) MUNICÍPIOS; COMPREENDENDO ALÉM DA MÃO DE OBRA, TODOS OS MATERIAIS, EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS NECESSÁRIOS À PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS, relativo ao Processo nº 202000036009971.

Goiânia, 08 de março de 2021.

TAÍS HELENA MUSSE
Gerente de Licitação

Protocolo 220352

Departamento Estadual de Trânsito – DETRAN

EDITAL DE NOTIFICAÇÃO

O Departamento Estadual de Trânsito de Goiás, em conformidade com as competências estabelecidas na Lei 9.503/97 - Código de Trânsito Brasileiro - CTB, e demais regulamentações do Conselho Nacional de Trânsito - CONTRAN, especialmente as Resoluções 299/2008 e 619/2016, com a redação vigente, tendo em vista que os autos de infração foram considerados regulares e consistentes, tendo sido cumprido o estabelecido no inciso II, parágrafo único, do artigo 281 do CTB, NOTIFICA DA AUTUAÇÃO, os proprietários e/ou infratores dos veículos relacionados no(s) Edital(ais) da(s) publicação(ões) nº 44/2021, podendo ser interposta a DEFESA DA AUTUAÇÃO até a data indicada no mesmo edital, em qualquer Unidade do Vapt Vupt de Goiânia/GO ou do interior do Estado de Goiás ou no DETRAN/GO sede e CIRETRANS devendo, para tanto, apresentar requerimento devidamente preenchido de forma legível e assinado, acompanhado, no mínimo, dos seguintes documentos:

a) cópia do auto de infração, ou desta notificação, ou de documento que conste a placa do veículo e o número do auto de infração; b) cópia da CNH ou outro documento de identificação oficial que comprove a assinatura do requerente ou procurador, se pessoa jurídica documento que comprove a representação; c) procuração quando for o caso; d) cópia do CRLV; e) original e/ou cópia de outros documentos que possam fazer prova ou colaborar para o esclarecimento dos fatos alegados. A defesa deverá ter somente um auto de infração como objeto. IDENTIFICAÇÃO DO CONDUTOR INFRATOR: 1) Caso o proprietário do veículo não seja o infrator, nos termos do art. 257 do CTB, poderá identificá-lo ao DETRAN-GO, até a data limite prevista neste Edital. Para tanto deverá preencher formulário próprio (disponível em www.detrان.go.gov.br) acompanhado dos seguintes documentos: CONDUTOR INFRATOR: a) cópia reprográfica legível do documento de habilitação quando habilitado e/ou documento de identificação oficial. b) para condutor estrangeiro, além dos documentos previstos no item anterior, anexar comprovante da data de entrada no Brasil. PROPRIETÁRIO DO VEÍCULO: c) cópia reprográfica legível do documento de identificação oficial com fotografia e assinatura; d) cópia do CRLV; e) se o proprietário ou o condutor infrator possuir um representante legal, este deverá juntar o documento que comprove a representação (contrato social, procuração etc) e documento oficial de identificação com assinatura e foto; f) se o proprietário for pessoa jurídica e não tenha sido possível a coleta da assinatura do condutor infrator, além dos documentos previstos nos itens anteriores, deverá ser anexado ao formulário cópia de documento em que conste cláusula de responsabilidade por infrações cometidas pelo condutor e comprovante da posse do veículo no momento do cometimento da infração; g) se o proprietário é Órgão ou Entidade Pública, e não tenha sido possível a coleta da assinatura do condutor infrator, além dos documentos