



INFRA S.A.
ASSEMBLEIA GERAL
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

RESOLUÇÃO NORMATIVA - INFRASA Nº 48/2024/CONSAD-INFRASA/AG-INFRASA

Brasília, 12 de dezembro de 2024.

Define as diretrizes sobre os padrões de comunicação organizacional,
para contribuir com os objetivos estratégicos da empresa.

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA INFRA S.A., no exercício de sua competência prevista no inciso XII do art. 44 do Estatuto Social vigente e considerando o deliberado na 12ª Reunião Ordinária, realizada em 11 de dezembro de 2024,

RESOLVE:

- a) Aprovar a Política de Comunicação Organizacional, nos termos do Anexo desta Resolução Normativa; e
- b) Revogar a Resolução CONSAD nº 07, de 29 de junho de 2018.

Antonio Mathias Nogueira Moreira
Presidente do Conselho de Administração

ANEXO DA RESOLUÇÃO NORMATIVA INFRA S.A. Nº 48/2024/CONSAD

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

CAPÍTULO I
Do Objeto

Art. 1º A presente Política de Comunicação Organizacional - PCO dispõe acerca dos princípios, deveres e responsabilidades aplicáveis à gestão da comunicação da Infra S.A.

Parágrafo único. Este é o instrumento orientador e normativo concebido para sistematizar as áreas de comunicação da instituição, maximizando seu desempenho, a fim de contribuir para o cumprimento da missão institucional da Infra S.A.

Art. 2º A presente política aplica-se a todas as unidades organizacionais e aos colaboradores que desempenham, direta ou indiretamente, atividades na Empresa.

CAPÍTULO II Dos Objetivos

Art. 3º A presente política tem por objetivo estabelecer o tratamento e a veiculação da informação adequada à direção, às unidades organizacionais, aos empregados e colaboradores, e aos demais públicos interessados conforme a missão, os objetivos e os valores da Empresa, mediante ações de comunicação interna e externa.

CAPÍTULO III

Dos conceitos e Definições

Art. 4º Para os efeitos desta Política, aplicam-se as seguintes definições:

I - comunicação institucional: processo que visa divulgar informações ao público de interesse sobre os objetivos, práticas, políticas e ações institucionais da organização, com o intuito de construir, manter e melhorar a imagem da empresa perante a sociedade, os consumidores e os investidores;

II - comunicação administrativa: processo que ocorre no âmbito das funções administrativas, com a finalidade de repassar dados (regras, portarias, diretrizes, relatórios etc.) para os outros setores por meio dos fluxos formais (canais oficiais da empresa) e informais;

III - comunicação organizacional: processo que ocorre no contexto de uma organização composta por todas as formas de comunicação institucional, quais sejam, a interna, a administrativa e a mercadológica;

IV - assessoria de comunicação: atividade que estabelece ligação entre entidade (indivíduo ou instituição) e o público (a sociedade exposta à mídia), ou seja, é a administração da informação que é levada ao público de interesse;

V - comunicação: ação de transmitir e receber uma mensagem como resposta;

VII - comunicação interna: processo voltado ao público interno (colaboradores da empresa) para a comunicação dos atos administrativos, estímulo ao diálogo, ao intercâmbio de informações e experiências profissionais, por meio de ferramentas de comunicação institucional e mercadológica;

VIII - gerenciamento de crise: atividade que visa minimizar, reduzir ou se possível eliminar os impactos causados por eventuais adversidades;

IX - intranet: rede de computadores privada que só pode ser acessada pelos usuários ou empregados da empresa;

X - unidade organizacional: parte da estrutura da empresa detentora de conhecimento especializado dos aspectos do trabalho;

XI - assessoria de imprensa: atividade de divulgação das iniciativas da Infra S.A, fornecimento de informações aos veículos de comunicação e acompanhamento de notícias sobre a estatal, por meio de redação, publicação e distribuição de notícias, atendimento às demandas de jornalistas, orientação de fontes da Infra S.A, acompanhamento de entrevistas, promoção de entrevistas coletivas e análise de repercussões da mídia.

XII - identidade visual: conjunto de elementos formais e padrões, descrito em manual, que regulam a produção gráfica da organização e a sua utilização;

XIII - imagem institucional: percepção do público sobre a atuação da Infra S.A.;

XIV - relações públicas: é um processo estratégico, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja, direta ou indiretamente, ligada.

XV - *marketing*: é a atividade que promove produtos e serviços para gerar interesse e satisfazer as necessidades dos consumidores. Sua principal finalidade é entender o comportamento do público, posicionar a marca no mercado e gerar relacionamentos lucrativos para ambas as partes.

XVI - *newsletter*: É um tipo de boletim informativo, que trata de uma publicação com conteúdo, periodicidade, linha editorial e comunicação visual atrativa. Possui muitos elementos de jornais e revistas, pode ser também impressa, mas atualmente é mais utilizada na forma eletrônica, enviada por e-mail.

CAPÍTULO IV Das Referências Legais

Art. 5º Esta Política observará e terá como fundamentação legal e normativa, a legislação de regência sobre a matéria, considerando as referências a seguir:

- I) Portaria TCU nº 330, de 04 de outubro de 2019 - Dispõe sobre a gestão da comunicação institucional no Tribunal de Contas da União;
- II) Manual de Identidade Visual da Infra S. A., disponível no site da Infra S.A.; e
- III) Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 - Regula o acesso a informações previsto no art. 5º, inciso XXXIII, no art. 37, § 3º, inciso II e no art. 216, § 2º do da Constituição Federal

CAPÍTULO V Das Diretrizes Gerais

Art. 6º A Política de Comunicação Organizacional preconiza a difusão de conteúdos de interesse da empresa e o aperfeiçoamento dos seus processos de trabalho.

parágrafo único. Sua execução e preservação estão delegadas a uma unidade organizacional específica (Assessoria de Comunicação) que atua considerando sempre os princípios constitucionais de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Art. 7º Cabe à Assessoria de Comunicação o planejamento da estratégia de comunicação, a seleção de conteúdos, de meios e ferramentas de comunicação, além da periodicidade mais apropriada ao exercício de suas atividades.

parágrafo único. Aliada à estratégia da Empresa, a unidade organizacional de que trata o *caput* deverá nortear os melhores caminhos para a execução de ações integradas de comunicação em uma linguagem comum para as diversas atividades e programas que envolvam todos os tipos de comunicação organizacional (institucional, interna, administrativa e mercadológica).

Art. 8º Todas as unidades da Empresa devem considerar a comunicação organizacional no desenvolvimento de suas ações e atender as demandas de informações com presteza.

parágrafo único. O plano de comunicação da Infra S.A. será elaborado de forma alinhada com a presente política e traçará as diretrizes para a gestão da comunicação pela Alta Administração e por seus colaboradores.

Art. 9º É responsabilidade de todos que trabalham na Empresa zelar pela boa imagem da entidade e cuidar para que os processos de comunicação estejam alinhados aos objetivos institucionais.

Seção I Dos Fundamentos éticos

Art. 10. A Política de Comunicação Organizacional rege-se pelas seguintes premissas:

- I - vinculação das ações de comunicação às diretrizes estratégicas da Empresa;
- II - disseminação de informações de forma periódica, tempestiva e transparente;
- III - execução de ações de promoção de produtos e serviços para estimular o comprometimento com as metas da Empresa; e
- IV - definição e implementação de estratégias de comunicação voltadas para o fomento da postura ética em conformidade com as orientações do Governo Federal e da Empresa.

Seção II Ações de Comunicação

Art. 11. As ações de comunicação deverão:

- I - oferecer amplo conhecimento à sociedade sobre a atuação estratégica da Empresa na gestão, qualificação e oferta dos serviços de planejamento e inteligência para todos os modos de transporte;
- II - promover a imagem institucional da Empresa perante seus diversos públicos;
- III - divulgar iniciativas, ações e serviços à disposição do cidadão de forma sistemática, em linguagem acessível e didática;
- IV - promover o respeito à Constituição Federal e às leis, bem como aos normativos internos da Infra S.A.;
- V - utilizar instrumentos variados de divulgação para atingir os diversos setores da sociedade, adequando a linguagem às especificidades de cada público e de cada meio;
- VI - observar as orientações para redação de correspondências oficiais e do Manual de Identidade Visual da Empresa, bem como outros manuais que possam vir a se desdobrar desses;
- VII - divulgar ações vinculadas ao exercício das funções institucionais da Empresa;

- VIII - capacitar empregados para o aperfeiçoamento das aptidões relacionadas à comunicação social;
- IX - avaliar continuamente os resultados com a utilização de indicadores de desempenho;
- X - identificar os riscos e oportunidades das atividades de comunicação, avaliando os impactos potenciais sobre os públicos de interesse, inclusive no planejamento de novas iniciativas, de acordo com a Política de Gestão de Riscos em vigor;
- XI - racionalizar e melhorar o fluxo de comunicação interna e o clima organizacional;
- XII - promover a integração dos colaboradores por meio de campanhas institucionais;
- XIII - promover a articulação dos interesses da Empresa junto a outros órgãos públicos, nos níveis Executivo, Legislativo e Judiciário; e
- XIV - promover o relacionamento de comunicação entre as demais unidades organizacionais da Empresa, mantendo um canal aberto para troca de informações.

CAPÍTULO VI

Da Comunicação Organizacional

Art. 12. As informações, inclusive perfis em mídias sociais, serão exclusivamente criadas, produzidas, editadas, distribuídas e/ou divulgadas pela unidade organizacional de comunicação da Empresa.

Art. 13. As notícias, comunicados e instruções de interesse das demais unidades organizacionais devem ser encaminhadas à unidade organizacional de comunicação, a qual prestará assistência ao interessado nos aspectos de padronização de relevância para a Empresa.

Art. 14. Todo conteúdo produzido ou divulgado pela Empresa a ser disponibilizado nas mídias tradicionais (impresso, rádio, televisão), na internet, na intranet, nos murais da Empresa, ou em qualquer outro veículo de divulgação será supervisionado pela unidade organizacional de comunicação.

Seção I

Veiculação de Informações

Art. 15. Toda solicitação para a unidade organizacional de comunicação, dentro da estrutura formal da Empresa, se dará de forma eletrônica.

§ 1º. A linha editorial e a estrutura das comunicações obedecem às políticas e diretrizes da Empresa.

§ 2º. A unidade organizacional de comunicação avaliará, em cada caso, e em conjunto com a unidade organizacional interessada, a estratégia mais adequada para divulgação das publicações produzidas.

§ 3º. Toda elaboração de comunicado eletrônico/físico observará as regras de identidade visual da Empresa e as orientações da área de comunicação.

Art. 16. Em função da estratégia concebida para o alcance da informação pelo público-alvo desejado, a unidade organizacional de comunicação empregará um ou mais meios de comunicação existentes na Empresa.

Seção II

Meios de Divulgação

Art. 17. A disseminação da informação será realizada com formato, mídia e linguagem adequados aos diferentes públicos, podendo utilizar os seguintes meios:

I - correio eletrônico: permite a troca de mensagens entre os colaboradores da Empresa (portarias, comunicados etc.);

II - intranet corporativa: possibilita o acesso do público interno a informações institucionais, notícias, formulários eletrônicos e informativos (banner eletrônico, newsletter, pop-up etc.);

III - mural: suporte físico para afixação de cartazes nas dependências da Empresa;

IV - portal internet: concentra conteúdos de interesse da Empresa e de visibilidade pública; e

V – redes sociais: estruturas formadas na Internet por pessoas e empresas que se conectam a partir de interesses ou valores comuns (*Instagram, LinkedIn, Youtube* etc.)

VI – outros: quaisquer meios de comunicação interna além dos identificados nos subitens anteriores.

Seção III

Ferramentas de Comunicação

Art. 18. As ações de comunicação serão desenvolvidas por meio de:

- I - assessoria de imprensa: dá tratamento jornalístico às matérias recebidas, bem como as adequa à linha editorial do veículo de comunicação que se pretende estabelecer relacionamento;
- II - relações públicas: articula ações de divulgação dos objetivos e resultados da Empresa, mantendo e reforçando sua imagem institucional, incluindo ações de assessoria parlamentar;
- III - eventos: oportuniza a interação da Infra S.A. com seus diversos públicos; e
- IV - marketing: identifica as necessidades e desejos dos públicos interno e externo da empresa de forma a satisfazê-los objetivamente.

Seção IV

Relacionamento com a Imprensa

Art. 19. Como atributos básicos do seu processo de relacionamento com a imprensa, a unidade organizacional de comunicação atuará sempre com transparência, ética e profissionalismo, garantindo que não haja discriminação de quaisquer veículos e sejam estabelecidas parcerias para esclarecimentos ao público.

parágrafo único. A unidade organizacional de comunicação será dotada de equipe, sistemas e fontes qualificadas para atender tempestivamente os meios de comunicação com profissionais especificamente capacitados para as demandas e manterá banco de dados sobre os principais veículos de comunicação e profissionais da área que se relacionam com a Empresa.

Seção V

Porta-vozes

Art. 20. Após passarem por treinamento sobre como proceder durante as entrevistas para a imprensa, os porta-vozes da empresa (que serão definidos pela Diretoria Executiva) sempre atuarão com ética e transparência, considerando os princípios constitucionais de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

§ 1º. As entrevistas concedidas aos veículos de comunicação sempre deverão ser acompanhadas pela Assessoria de Imprensa da Empresa, que prestará o auxílio necessário aos Porta-vozes.

§ 2º. As solicitações de entrevistas dirigidas a qualquer empregado ou colaborador da empresa sempre deverão ser previamente autorizadas por meio de análise e manifestação da Diretoria Executiva.

Art. 21. São responsabilidades da unidade organizacional de comunicação os materiais de divulgação para a imprensa, observadas as diretrizes da Empresa.

§ 1º. As avaliações da percepção dos meios de comunicação sobre a Empresa servirão como indicadores para subsidiar o planejamento das ações de comunicação organizacional.

§ 2º. O contato com os meios de comunicação deverá sempre ser intermediado pela unidade organizacional de comunicação para o repasse de informações de interesse público, conforme manifestação da Diretoria Executiva.

Seção VI

Publicação Legal

Art. 22. A atuação administrativa da unidade organizacional de comunicação deve pautar-se pela transparência, difundindo-se prontamente as informações de interesse do público interno e externo nos veículos legais.

parágrafo único. A unidade organizacional de comunicação é responsável por coordenar as publicações no Diário Oficial da União, bem como, a veiculação de avisos, editais, anúncios e outras matérias de caráter oficial.

Seção VII

Assessoria Parlamentar

Art. 23. As atribuições da Assessoria Parlamentar serão prestadas conforme as determinações da Diretoria Executiva e em concordância aos ditames do Regimento Interno da Empresa.

parágrafo único. Cabe à unidade organizacional de comunicação coordenar as atividades relativas à Assessoria Parlamentar, promovendo a articulação com o Congresso Nacional, no que se refere aos temas de interesse da empresa.

Seção VIII Eventos

Art. 24. A unidade organizacional de comunicação planejará, organizará, promoverá, e apoiará um conjunto amplo e diversificado de eventos, buscando a interação entre os seus públicos, internos e externos.

A promoção de eventos deve considerar:

- I - os objetivos e benefícios institucionais;
- II - o caráter estratégico dos públicos a que se destinam;
- III - aspectos básicos de sua organização, como estrutura e os recursos necessários;
- IV - as instâncias de divulgação antes, durante e após a realização dos eventos;
- V - avaliação de retorno do evento; e
- VI - a economicidade e o bom uso dos recursos públicos.

Seção IX Comunicação e Gestão de Crises

Art. 25. É responsabilidade da unidade organizacional de comunicação desenvolver, elaborar e implementar planos de comunicação para a gestão de crises, com o apoio da Diretoria Executiva.

parágrafo único. A presente política atuará de maneira integrada para atender aos seus públicos, buscando, sobretudo, a troca de experiências e a otimização das competências específicas.

CAPÍTULO VII Disposições Finais

Art. 26. Todas as ações de *marketing* devem ser pautadas nos preceitos estabelecidos no Código de Ética e Conduta da Infra S.A.

Art. 27. Para utilização da logomarca da Infra S.A. faz-se necessária autorização prévia, sendo observadas as diretrizes de comunicação.

CAPÍTULO VIII Vigência e Atualização da Política de Comunicação

Art. 28. A presente Política entrará em vigor na data de sua publicação e permanecerá vigente por prazo indeterminado, devendo ser revisada periodicamente, sendo atribuição da unidade organizacional de comunicação coordenar as discussões para consolidação das proposições.

parágrafo único. Esta política será revisada a cada 12 (doze) meses, conforme o interesse da Administração Pública, ressalvados ainda os casos de força maior.



Documento assinado eletronicamente por **Antonio Mathias Nogueira Moreira**, **Presidente do Conselho de Administração**, em 16/12/2024, às 19:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 3º, inciso V, da Portaria nº 446/2015 do Ministério dos Transportes.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.transportes.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&acao_origem=documento_conferir&lang=pt_BR&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **9172933** e o código CRC **749504EC**.



Referência: Processo nº 50050.000275/2024-10



SEI nº 9172933

SAUS, Quadra 01, Bloco 'G', Lotes 3 e 5. Bairro Asa Sul, - Bairro Asa Sul
Brasília/DF, CEP 70.070-010
Telefone: