



Política de Comunicação da Fiocruz

Rio de Janeiro, novembro de 2016

Presidência da Fiocruz

Fundação Oswaldo Cruz

Presidente Paulo Gadelha

Ambiente, Atenção e

Promoção da Saúde

Valcler Rangel Fernandes

Ensino, Informação e

Comunicação

Nísia Trindade Lima

Gestão e Desenvolvimento

Institucional

Pedro Ribeiro Barbosa

Pesquisa e Laboratórios

de Referência

Rodrigo Stabeli

Produção e Inovação

em Saúde

Jorge Antonio Zepeda

Bermudez

Grupo de Trabalho para formulação desta Política

Aldo Pontes (Icict)

Álvaro Funcia (CGTI)

Ana Beatriz Aguiar Slaibi Lopes (VPEIC)

Ana Carolina de Oliveira (Fiocruz Brasília)

Ana Furniel (VPEIC)

Antônio Brotas (IGM)

Arlindo Gomez de Sousa (Canal Saúde)

Claudia Lima (CCS)

Elisa Andries (CCS)

João Canossa (Editora Fiocruz)

Maria Fernanda Marques (Editora Fiocruz)

Márcia Correa e Castro (Canal Saúde)

Marcos José de Araújo Pinheiro (COC)

Nísia Trindade Lima (VPEIC)

Raquel Aguiar (IOC)

Renata Ribeiro (Bio-Manguinhos)

Rodrigo Ferrari (VPEIC)

Rodrigo Murtinho (Icict),

Rogério Lannes (Radis)

Umberto Trigueiros (Icict)

Wagner Oliveira (Icict)

Wagner Vasconcelos (Fiocruz Brasília)

Projeto gráfico

Guto Mesquita

Rita Alcântara

Rodrigo Carvalho

Revisão do Texto

Augusta Avalor

Normalizadora

Clarissa Bravo

2016 Fundação Oswaldo Cruz. Todos os direitos reservados.

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e que não seja para venda ou qualquer outro fim comercial.

Elaboração, distribuição e informações: Fundação Oswaldo Cruz. Av. Brasil, 4365 - Manguinhos - CEP 21045-900 - Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Tel. (21) 2598-4242. <http://www.fiocruz.br>.

O texto da Política de Comunicação da Fiocruz foi integralmente aprovado na reunião do Conselho Deliberativo da Fiocruz, realizada em 28 de novembro de 2016.

Catálogo na fonte

Fundação Oswaldo Cruz

Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica

Biblioteca de Saúde Pública

F981p Fundação Oswaldo Cruz
Política de comunicação da Fiocruz. / Fundação
Oswaldo Cruz. — Rio de Janeiro : FIOCRUZ, 2017.
38 p.
ISBN: 978-85-8110-031-9

1. Comunicação. 2. Ciência. 3. Saúde. 4. Tecnologia.
5. Serviços de Informação. 6. Desenvolvimento
Institucional. 7. Sistema Único de Saúde. I. Título.

CDD - 22.ed. - 302.2

Este documento foi construído colaborativa e coletivamente, a partir dos saberes, reflexões e experiências acumulados por profissionais da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). O processo teve início com a criação de um Grupo de Trabalho na Câmara Técnica de Informação e Comunicação em 26/6/2015, integrado por representantes de várias unidades e instâncias, e coordenado pela Vice-Presidência de Ensino, Informação e Comunicação (VPEIC). A formulação desenvolvida por este grupo foi apresentada à Câmara Técnica de Informação e Comunicação da Fiocruz para debate em 27/7/2016. Como etapa seguinte, a Política entrou em Consulta Interna, sendo incentivada a ampla participação dos trabalhadores da Fundação, de todas as suas áreas de atuação. Por fim, o texto retornará à Câmara Técnica e seguirá para apreciação e aprovação do Conselho Deliberativo (CD) da instituição, com subsequente publicação.

SUMÁRIO

- 1 Introdução
- 2 Histórico
- 3 Desafios
- 4 Princípios
- 5 Objetivos
- 6 Diretrizes
- 7 Estímulo e financiamento
- 8 Governança
- 9 Políticas específicas, programas, planos e manuais
- 10 Avaliação, revisão e atualização
- 11 Definições
- 12 Documentos de referência

1. Introdução

A comunicação é um bem público e uma das determinações sociais da saúde. Tal compreensão orienta esta política institucional, que busca a efetivação do direito social, coletivo e individual à informação, à expressão e ao diálogo. Ao reconhecer a centralidade da comunicação na transformação da realidade, a Fiocruz, como instituição de Estado integrante do Sistema Único de Saúde (SUS) e do Sistema Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (SNCTI), comprometida com a sociedade brasileira e com a saúde global, amplia seu protagonismo nos cenários nacional e internacional.

Como fator estruturante das relações de poder na sociedade, a comunicação é elemento fundamental dos processos sociais, econômicos e políticos decisivos para a efetivação da democracia e da plena cidadania. Nessa perspectiva, o direito à comunicação é inalienável do direito à saúde, bem como são indissociáveis os campos da comunicação e da saúde coletiva. Por isso, afirma-se a comunicação como demanda para a consolidação, o fortalecimento e a expansão dos projetos da Reforma Sanitária e do SUS, bem como do SNCTI, e, da mesma forma, para o desenvolvimento de políticas públicas inter e multissetoriais voltadas para educação, ciência, tecnologia e inovação em saúde, planejamento territorial e ambiental, entre outros.

Apona-se a necessidade de incorporação dos princípios e diretrizes do SUS pelas políticas e práticas de comunicação e saúde, que devem ser universais, integrais e equitativas, viabilizando o direito à voz e à expressão. A gestão dos processos deve ser descentralizada e tanto a produção dos conteúdos quanto os processos de tomada de decisão devem considerar a participação popular.

Esta Política tem por finalidade ser um instrumento orientador e normativo de ações alinhadas aos planos estratégicos da Fiocruz e às decisões de suas instâncias de gestão coletiva, bem como às proposições aprovadas pelas conferências nacionais de saúde. Objeto de permanente avaliação crítica, a Política localiza a comunicação como um campo de conhecimento que conjuga ensino e formulação de políticas públicas; pesquisa e desenvolvimento metodológico; assessoria e cooperação técnica; desenvolvimento de estratégias e inovações e a atenção integral à saúde.

No caso da assistência à saúde, a comunicação deve ser entendida em duas vertentes: como acesso ampliado às informações e como possibilidade de interlocução do cidadão com os profissionais e serviços nos processos de tomada de decisão. Ela é elemento que influencia desde a adesão a tratamentos até sua efetividade terapêutica. É, ainda, condição necessária para que os serviços estejam alinhados às emergentes demandas no campo da saúde, abrindo-se aos diversos contextos envolvidos no cuidado.

A presente Política adota conceitos e definições de termos que buscam estabelecer vínculos entre a comunicação e outros campos do conhecimento, conforme apresentados na seção 12 (Definições). Também reconhece como imprescindível a articulação da comunicação com outros saberes, práticas e políticas públicas de diversos campos, tais como informação, educação e mobilização social, tecnologias de informação e comunicação, preservação do patrimônio científico e cultural, acesso aberto ao conhecimento.

Faz-se necessário compatibilizar autonomia e descentralização com superação de ações fragmentadas e superpostas, mediante um novo pacto institucional que fortaleça a sinergia e a integração entre as unidades e instâncias.

A Política também inclui a acessibilidade, a interatividade, a pluralidade de vozes e a diversidade como premissas básicas no diálogo com a sociedade, em um processo que se caracteriza como comunicação pública, que não deve ser confundida com comunicação governamental. A Política indica ainda mecanismos de monitoramento e avaliação permanente do uso dos distintos conteúdos e ferramentas de comunicação desenvolvidos no âmbito da Fiocruz, bem como diretrizes gerais norteadoras para programas e ações do setor. Reconhece como indispensável a sua implementação o planejamento participativo, a garantia de financiamento, a definição de responsabilidades, a avaliação e a atualização.

A execução desta Política é compartilhada pela Presidência, pelas unidades e por cada profissional e estudante vinculado à Fiocruz, devendo ser elemento balizador do planejamento institucional.

2. Histórico

O campo da comunicação na Fiocruz vem sendo constituído por diferentes processos e atores desde a sua origem. Já no início do século XX, sob liderança de Oswaldo Cruz, a instituição 7 foi uma das pioneiras na criação de revistas científicas e também uma das precursoras na utilização das técnicas da fotografia, do desenho e da cinematografia para o registro e a divulgação da ciência. Iniciativas que se fortaleceram, multiplicaram e diversificaram ao longo do tempo e têm dado frutos há mais de um século.

A Fiocruz edita revistas científicas e jornalísticas; produz e distribui livros acadêmicos e audiovisuais sobre ciência e saúde; é responsável por programação de televisão; desenvolve e mantém intensa atividade em plataformas web, incluindo mídias sociais; preserva e disponibiliza imagens históricas e atuais, bem como mantém extensa rede de assessorias de comunicação institucional e de relacionamento com o cidadão. Essas iniciativas, em grande parte em acesso aberto, ilustram o quanto a comunicação se firmou como área finalística e estratégica da Fiocruz e como componente fundamental do compromisso institucional com o SUS e o SNCTI.

Nesse aspecto, a década de 1980 foi um marco. A Fiocruz teve papel central na formulação e divulgação das proposições da 8ª Conferência Nacional de Saúde e dos princípios da Reforma Sanitária, bem como na promoção do debate e da mobilização que resultaram no capítulo da Seguridade Social da Constituição de 1988 e na Lei Orgânica da Saúde que criou o SUS em 1990. Nessa época, iniciativas de comunicação da Fundação se distinguiram por uma atuação propositiva e ética em prol do projeto de consolidar a Fiocruz como instância de Estado, compromissada com a saúde coletiva e a democracia, e parte integrante e inalienável do SUS e o SNCTI.

Como herança desse movimento, enraizou-se na instituição a cultura do jornalismo crítico e independente e da comunicação pública, que acolhe a diversidade de vozes e promove reflexões e discussões em torno da construção e defesa do SUS e dos direitos sociais. Cultura que se expressa em diversas publicações jornalísticas editadas pela Fiocruz, em tantos outros veículos de comunicação institucional e, também, nas práticas comunicacionais empreendidas na Fundação, em suas diversas unidades localizadas no Rio de Janeiro e nos demais estados.

Com a comunicação fortemente vinculada ao seu desenvolvimento institucional, a Fiocruz criou instâncias para a gestão de ações comunicacionais, para a gestão da informação, para pensar e executar atividades de divulgação e popularização da ciência, e para promover o amadurecimento do campo, por meio do ensino e da pesquisa em Comunicação e Saúde.

Os anos 1990, na esteira das conquistas da década anterior, foram também bastante significativos para o campo da comunicação na Fiocruz. A instituição objetivava responder às proposições da 8ª e da 9ª Conferências Nacionais de Saúde, que apontavam o trinômio 'informação, educação e comunicação' como fundamental para a consolidação do SUS.

Em inúmeras ações de todas as unidades da Fiocruz, nas reiteradas inserções como área finalística e estratégica nos planos institucionais e nas decisões dos Congressos Internos, o campo da comunicação cresceu em importância estratégica e se desenvolveu profissionalmente, tecnicamente e como prática social na instituição, ganhando capilaridade interna e externa. Além disso, imprimiu sua marca: a capacidade de formular e trabalhar com um conceito ampliado e crítico de saúde e comunicação.

O campo da comunicação assumiu, assim, compromissos com a defesa e a valorização do direito à saúde e à comunicação, com o acesso aberto à informação e ao conhecimento e com a defesa pelo Estado de uma comunicação pública, em que a sociedade tenha protagonismo.

2.1 Programa integrado de informação e comunicação – Livro Verde

A presente Política se alicerça em décadas de práticas e reflexões e também em um marco institucional importante, de 2002, que foi o Programa Integrado de Informação e Comunicação, produzido coletivamente pelos integrantes da Câmara Técnica de Informação, Informática e Comunicação. Aprovado pelo Conselho Deliberativo e pelo IV Congresso Interno, e incorporado ao Plano Quadrienal 2001-2005, o Livro Verde, como ficou conhecido, defendia informação e comunicação como estruturantes de atividades institucionais, produção de conhecimento e geração de novos processos e produtos, e apontava para o exercício da cidadania e do controle social, elencando prioridades e diretrizes para os dois campos nas articulações interna e externa da Fiocruz. Propunha como desafio o diálogo entre conhecimento científico e saber popular, e orientava sobre o direito à comunicação: "a população [...] não quer apenas informações, ela quer se comunicar" (Fiocruz, 2002: 10).

Mais do que um plano de metas e acompanhamento sistemático de ações setoriais, a construção do Programa Integrado de Informação e Comunicação representou um movimento aglutinador e orientador, contribuindo para articular e empoderar profissionais, dar maior visibilidade à informação e à comunicação diante dos gestores e dirigentes, induzir a ampliação dos espaços de pesquisa e ensino, e aprimorar processos comunicativos de diversas unidades da Fiocruz. Grande parte dos objetivos, diretrizes e metas enunciados no Livro Verde foi, pelo menos em parte, concretizada. Porém, os passos dados e a crescente importância do campo da comunicação resultaram em novos desafios, que requerem mais integração e interação entre setores, força de trabalho própria e alinhada

com os princípios do SUS e da comunicação pública, tecnologia adequada e acessível, maior participação popular na comunicação e a realização do complexo objetivo de estabelecer o controle social, entendido como a participação da sociedade na governança dos processos institucionais.

3. Desafios

Têm sido muitos os avanços para o campo da informação e comunicação no âmbito da Fiocruz, ainda que permaneçam alguns dos antigos desafios, além dos novos que se colocam. Enfrentar esses desafios é tarefa inescapável de políticas institucionais dedicadas à Informação e à Comunicação. Este documento se concentra na Política de Comunicação, sendo necessário compreender tanto os contextos que os geraram quanto as peculiaridades que os alimentam.

No Brasil, a comunicação é historicamente compreendida como atividade eminentemente comercial, exercida majoritariamente por empresas privadas e por iniciativas, em menor grau, no âmbito estatal. Não há uma tradição de comunicação pública consolidada. Embora a Constituição Federal faça menção à complementaridade dos sistemas estatal, público e privado de comunicação, somente na última década a comunicação pública encontrou maior expressão, a partir da constituição da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Esse quadro tem reflexos que vão desde o tipo de formação que os comunicadores recebem nas universidades aos processos sociais e políticos mais amplos, que impactam diretamente o sistema democrático do país.

O marco regulatório da comunicação é formado por um conjunto de legislações fragmentadas, desarticuladas e anacrônicas, incapaz de enfrentar os desafios sociais e políticos de

uma área em constante transformação tecnológica e essencial para a democracia. A radiodifusão, por exemplo, é regulamentada pelo Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, além de uma série de outras normas, portarias e resoluções.¹

O Marco Civil da Internet, como aprovado em 2014, expressa uma carta de direitos e deveres na rede e fortalece a expressão da informação e da comunicação como um direito humano. Entretanto, o acesso precário à infraestrutura de rede na maior parte do território brasileiro, bem como interesses políticos e de mercado ameaçam o caráter público da internet no país.

De maneira mais ampla, é inegável o impacto, na contemporaneidade, da disseminação social das tecnologias de informação e comunicação. Se essas sinalizam um ambiente comunicacional potencialmente mais democrático e permeável à participação social, também sublinham a centralidade da comunicação nas sociedades contemporâneas e o intenso processo de midiaticização das práticas sociais, que alteram as formas de sociabilidade, as expectativas diante da ação do Estado e a relação das instituições públicas com a população.

No Brasil, como em muitos outros países, tal processo é marcado por alto grau de exclusão e de submissão à lógica e interesses do mercado, que fortalecem a visão da saúde e de tantos outros direitos de cidadania como mercadorias, se contrapondo sistematicamente aos valores democráticos e ao ideário universalista do SUS e da Reforma Sanitária Brasileira. Há um descompasso entre a rápida evolução das plataformas

¹ Entre as legislações que incidem sobre a radiodifusão brasileira estão: Lei n. 9.612/1998 (Brasil, 1998), que regulamenta rádios comunitárias; Lei n. 10.098/2000 (Brasil, 2000), que versa sobre acessibilidade na radiodifusão; Decreto n. 5.820/2006 (Brasil, 2006), que regulamenta a TV Digital no Brasil; Lei n. 11.652/2008 (Brasil, 2008), que cria a Empresa Brasil de Comunicação; Lei n. 12.485/2011 (Brasil, 2011), que versa especificamente sobre TV por assinatura; Portaria n. 368/2014 (Brasil, 2014), que trata de classificação indicativa, entre outras.

digitais, a capacitação profissional e a implementação dessas ferramentas tecnológicas em instituições públicas, impactando, em especial, o grau de transparência institucional, participação social e acesso público e democrático às informações e aos serviços oferecidos pelo Estado.

Nesse contexto, é fundamental que a política e a atuação da Fiocruz no campo da comunicação priorizem a visão crítica sobre tais processos, com uma constante atualização de suas formas de gestão da informação e da comunicação. No que diz respeito à saúde também se deve considerar como desafio a ausência de uma política de comunicação do SUS, o que sustenta a compreensão equivocada da comunicação como sinônimo de divulgação e propaganda. Historicamente, tal entendimento se desdobra em ações campanhistas, pontuais e pouco estratégicas, que não dialogam com os princípios e diretrizes do SUS, como preconizado por esta Política.

No que se refere ao ambiente interno da Fiocruz, o acelerado processo de expansão da instituição, incorporando institutos e centros de pesquisa com trajetórias e identidades já solidificadas, bem como a cultura institucional de autonomia das unidades, faz com que a Fundação viva uma situação singular de comunicação no contexto das organizações públicas de porte nacional. Apesar dos avanços, persistem a fragmentação, a redundância e a sobreposição das ações de comunicação, bem como um nível de institucionalidade aquém do necessário, que se reflete, muitas vezes, em infraestrutura deficitária, escassez de recursos humanos e orçamentos insuficientes. Em virtude desses e de outros desafios, a comunicação produzida pela Fiocruz deixa de apresentar a efetividade que se espera em seu diálogo com a sociedade. Os mecanismos de participação popular e ausculta social são ainda deficitários, afastando a instituição, em alguns momentos, do ideário que a orienta.

A Fiocruz precisa qualificar cada vez mais sua interação e comunicação direta com a população, por meio da valorização e integração dos serviços de relacionamento com o cidadão, além da interface com públicos específicos. Mais do que isso, o desafio não se resume a qualificar o atendimento, mas ampliar os canais de acesso e diálogo, e contribuir para a produção de conteúdos focada no cidadão, a partir da escuta social, fortalecendo o caráter público, participativo e democrático da comunicação realizada pela Fundação.

Esta Política busca enfrentar as diferentes situações descritas, estabelecendo mecanismos para ampliar o diálogo com a sociedade e o diálogo interno entre os vários atores da comunicação da Fiocruz, bem como o debate destes com as demais áreas finalísticas da instituição, a fim de fortalecer e conferir maior efetividade aos produtos e processos de comunicação.

4. Princípios

As ações de comunicação da Fiocruz deverão ser regidas pelos seguintes princípios:

4.1. A comunicação, entendida como um processo participativo e dialógico de produção, circulação, debate, acesso, compartilhamento, apropriação, ressignificação e intercâmbio de informações e sentidos, é um direito humano fundamental e inalienável.

4.2. A comunicação é um dos determinantes sociais da saúde e o direito à comunicação é elemento indispensável para a realização plena do direito à saúde de cidadãs e cidadãos. A Fiocruz, integrante do conjunto de atores sociais que estruturam o SUS, pratica uma comunicação que, 11 simultaneamente, reflete e se vincula a este posicionamento.

4.3. A comunicação é área finalística da Fiocruz, transversal a todas as suas áreas de atuação e estruturante de sua missão, tendo em conta a heterogeneidade de suas unidades, na medida em que promove a circulação de informações e valores estratégicos sobre ciência e saúde e o diálogo com a sociedade, além de compor as áreas de assistência, ensino, pesquisa e produção.

4.4. A ética e a transparência são marcas da comunicação da Fiocruz em todos os seus âmbitos, independentemente da finalidade da ação comunicativa.

4.5. O diálogo com os mais variados segmentos da sociedade e a participação social no direcionamento da comunicação pela Fiocruz devem ser assegurados.

4.6. A comunicação da Fiocruz deve contemplar a diversidade cultural, regional e social da população brasileira, bem como os diferentes contextos em que se expressam.

5. Objetivos

5.1. Objetivo geral

Estabelecer princípios, diretrizes, orientações, normas e responsabilidades no âmbito de sua abrangência e buscar a construção de uma comunicação pública, democrática e participativa no Brasil, contribuindo para a missão da Fiocruz e para seus objetivos estratégicos, em especial o compromisso com a sociedade e com o fortalecimento do SUS e do SNCTI.

5.2. Objetivos específicos

5.2.1. Contribuir para a melhoria das condições de saúde

da população brasileira, para o controle social das políticas de saúde e humanização do cuidado, em diálogo com o que preconizam o SUS e o SNCTI.

5.2.2. Fortalecer o campo da comunicação na Fiocruz, integrando e articulando as diferentes estratégias e iniciativas, visando a construção de uma cultura de colaboração e a otimização de recursos aplicados na área, além de assegurar maior impacto social para as ações desenvolvidas.

5.2.3. Ampliar e qualificar a visibilidade do conhecimento produzido pela Fiocruz, bem como de suas propostas e ações, buscando assegurar acesso aberto e ampla transparência quanto à atuação da instituição perante a sociedade. A comunicação com a sociedade deve ser um imperativo da prática de todos os profissionais da Fiocruz.

5.2.4. Assegurar parâmetros que orientem as ações comunicativas da Fiocruz considerando sua diversidade.

5.2.5. Orientar o desenvolvimento de políticas específicas, programas, planos, manuais e demais desdobramentos, buscando maior integração, sinergia e direcionamento de esforços das distintas instâncias e atores da área.

6. Diretrizes

6.1. Garantir a articulação da comunicação com outros campos, saberes e políticas públicas.

6.2. Garantir, no campo da comunicação, a indissociabilidade entre pesquisa, ensino e serviços realizados, evitando reduzir a comunicação à dimensão técnica, instrumental e circunstancial.

6.3. Aperfeiçoar e criar, quando necessário, instâncias de ausculta e participação social que incidam sobre as ações de comunicação da Fiocruz.

6.4. Incrementar canais diretos de diálogo e interatividade com as populações envolvidas nas ações da Fiocruz, investindo na experimentação de novos meios, suportes e linguagens, quando aplicável.

6.5. Criar e ampliar, no âmbito das unidades assistenciais da Fiocruz, os meios de diálogo efetivo com os usuários, reconhecendo a escuta como elemento essencial de uma comunicação mais democrática na saúde, que garanta a cidadãs e cidadãos, além do acesso à informação, a possibilidade de se expressarem e participarem do planejamento dos serviços oferecidos no contexto da integralidade e da humanização do cuidado.

6.6. Mapear públicos prioritários para a missão da Fiocruz e desenvolver estratégias de comunicação direcionadas a esses segmentos.

6.7. Estabelecer ações específicas envolvendo canais de comunicação de alta capilaridade, como rádios comunitárias e redes sociais, para democratização do debate sobre saúde pública e sobre as questões referentes à ciência, tecnologia e inovação em saúde.

6.8. Ampliar a circulação e o impacto social dos conteúdos produzidos pela Fiocruz, por meio da articulação com atores internos e externos.

6.9. Aprimorar e ampliar canais de comunicação interna para que favoreçam o debate e possibilitem uma comunicação dinâmica e crítica com os públicos internos, capaz de motivá-

los, instigá-los e comprometê-los com a missão da Fiocruz.

6.10. Garantir que as práticas de comunicação considerem as especificidades das unidades.

6.11. Assegurar que os processos institucionais de planejamento e tomada de decisão considerem o papel estruturante da comunicação.

6.12. Desenvolver e implantar mecanismos de planejamento anual e plurianual de ações articuladas de comunicação, com a garantia da previsão orçamentária e programática.

6.13. Basear o planejamento de comunicação da Fiocruz em diagnósticos, monitoramentos e processos de avaliação permanente, no que diz respeito às estratégias desenvolvidas, públicos mobilizados, infraestrutura utilizada, profissionais envolvidos e resultados esperados, aferidos por indicadores.

6.14. Implementar, fortalecer e integrar assessorias de comunicação social das unidades de forma a garantir a estrutura necessária para o cumprimento de sua missão.

6.15. Aperfeiçoar as atividades de assessoria de imprensa a partir de ações integradas, que contribuam para o fortalecimento da missão da Fiocruz, do SUS e do SNCTI.

6.16. Articular as atividades de eventos com as áreas de comunicação das unidades e instâncias da Fiocruz, desde a concepção até os desdobramentos operacionais.

6.17. Pactuar estratégias de incorporação, alocação e capacitação contínuas dos profissionais que atuam na área de comunicação, com base em documentos e consensos de referência.

6.18. Viabilizar a contratação de profissionais de comunicação, com vagas previstas em concursos públicos, para provimento de cargos efetivos.

6.19. Garantir ética e transparência na comunicação dos riscos sanitários, incertezas e contraditórios científicos, assegurando o direito à informação e o diálogo com a sociedade em diferentes contextos.

6.20. Garantir que, em situações de risco, a comunicação integre as instâncias de gestão de crise, de modo que se construa uma estratégia integrada de enfrentamento em toda a Fiocruz, pactuada de forma horizontal entre as unidades e instâncias envolvidas.

6.21. Adotar medidas que visem a ampliação da acessibilidade aos produtos e ações de comunicação da Fiocruz, tais como sites institucionais, publicações digitais e impressas, materiais audiovisuais, emissões de radiodifusão, serviços de atendimento ao cidadão e eventos abertos ao público, a fim de garantir o direito à informação e à comunicação a qualquer pessoa.

6.22. Estabelecer estratégias integradas para a comunicação em meios digitais.

6.23. Aproximar as áreas de comunicação e tecnologia da informação (TI) visando a uma atuação integrada, que compreenda a TI como uma das bases para criação, manutenção e aprimoramento de produtos e processos de comunicação.

6.24. Priorizar a utilização de software livre em produtos, serviços e tecnologias informacionais, comunicacionais e educacionais da Fiocruz.

6.25. Fortalecer as iniciativas de divulgação e popularização da ciência e da comunicação científica de modo a ampliar o alcance da informação científica no Brasil e no exterior.

6.26. Garantir espaços e mecanismos de articulação institucional para a formulação de políticas e o desenvolvimento conjunto de ações de editoria e comunicação científica dos periódicos da Fiocruz.

6.27. Zelar pela integridade da identidade da instituição, de forma a refletir a visão e os princípios da Fiocruz nos produtos e processos de comunicação com a sociedade, bem como na atuação de cada profissional e estudante.

6.28. Assegurar a integridade da identidade visual e aperfeiçoar a gestão das marcas Fiocruz, a fim de padronizar a comunicação visual e fortalecer a identidade institucional.

6.29. Fortalecer e dar visibilidade ao vínculo da Fiocruz com o SUS, de forma a contribuir para a consolidação do sistema público de saúde nacional, sua apropriação e valorização pela sociedade.

6.30. Garantir a participação ativa da Fiocruz no debate sobre as políticas públicas de comunicação e iniciativas de comunicação no contexto do SUS e do SINCTI.

6.31. Viabilizar apoio técnico e jurídico para adequação, uniformização e integração das ações de comunicação da Fiocruz, no que diz respeito a temas como propriedade intelectual, patentes, direitos de uso de som e imagem, classificação indicativa para materiais audiovisuais, acessibilidade, relações contratuais, entre outros.

6.32. Fomentar a ampliação e integração entre as diferentes ofertas institucionais envolvidas com ensino e educação em 'comunicação e saúde' e em 'comunicação e CT&I', tendo em vista a maior sinergia entre os dois campos, o crescimento da associação com a área de pesquisa e o alcance dos objetivos estratégicos da comunicação.

6.33. Assegurar a preservação dos acervos resultantes das ações de comunicação, de forma integrada e visando à autonomia institucional na gestão de seus conteúdos, em consonância com as Políticas de Preservação dos Acervos Científicos e Culturais e de Acesso Aberto ao Conhecimento da Fiocruz.

7. Estímulo e financiamento

Políticas, programas e ações do campo da informação e comunicação em saúde estão compreendidos como parte estruturante do Planejamento Estratégico da Fiocruz, tanto nas Resoluções do VI como nas do VII Congresso Interno, incluídos diretamente no Eixo Estratégico "Ciência, Tecnologia, Saúde e Sociedade", além de estarem contemplados, em sua dimensão transversal, nas definições dos demais Eixos. O Relatório Final 2014 do VII Congresso enuncia de forma clara que: "a Fiocruz afirma-se como referência na área da informação e comunicação em saúde, com potencial competência instalada, sempre em resposta às demandas do SUS. Entretanto, soma-se ainda a necessidade de estudo e ampliação de estratégias que otimizem áreas críticas, como aquelas afeitas às tecnologias de informação e comunicação, que, igualmente, respondem às demandas do SUS (produção de audiovisuais, e-books, sistemas, jogos etc.). Para tanto, necessita-se de efetivo e forte investimento para o desenvolvimento dessas áreas".

A presença do campo da informação e comunicação em

um eixo estratégico pressupõe, necessariamente, a previsão orçamentária para a execução de políticas, programas e ações da área nos planos quadrienais e nos planos anuais da Fiocruz e das unidades. Somente assim é possível assegurar a continuidade e a qualidade de publicações, a permanente atualização e inovação tecnológica no desenvolvimento de plataformas, sites, portais e aplicativos, a produção audiovisual, e o desenvolvimento de diversas estratégias que deem visibilidade à Fiocruz, além da capacitação permanente das equipes de profissionais.

Assegurados os recursos orçamentários, é de suma importância também o desenvolvimento de uma política de estímulos à comunicação, por meio de fundos institucionais de fomento, incentivo e outras formas de reconhecimento. É necessário fomentar, ainda, uma cultura institucional que contemple a comunicação como parte importante e integrante de projetos de pesquisa científica e desenvolvimento tecnológico, inclusive aqueles financiados por meio de editais.

8. Governança

A exemplo do que se observa no conjunto desta Política, os valores da transparência e do diálogo marcam também a sua estrutura de governança, cuja importância se associa ao fato de que a Política é um objeto em constante construção. Tal processo deve igualmente ser concretizado por meio do debate amplo e participativo, com espaço para a expressão de diferentes atores internos e externos.

8.1. Instâncias envolvidas – atribuições

8.1.1. Conselho Deliberativo da Fiocruz (CD Fiocruz)
– é a instância de tomada de decisão em questões relativas à

Política de Comunicação da Fiocruz. O CD Fiocruz pode acionar a Câmara Técnica de Informação e Comunicação solicitando sua assessoria sobre temas específicos.

8.1.2. Presidência da Fiocruz – cabe a ela garantir a execução desta Política no âmbito das iniciativas de comunicação sob sua gestão. Tem papel indutor, mobilizador e articulador da rede envolvida na execução dos diferentes aspectos previstos pela Política. Cabe ainda à Presidência o monitoramento global da comunicação na Fiocruz, podendo acionar, para a efetivação de tal monitoramento, no que couber, fóruns, instituições e contribuições de atores internos e externos à Fiocruz. É também a Presidência, por meio da vice-presidência encarregada da área, que faz a ponte entre os diferentes atores envolvidos na execução desta Política, notadamente o CD Fiocruz e as instâncias de reflexão e debate (instâncias de consulta e articulação internas, instâncias de articulação e participação popular, entre outros). Além disso, é responsável por convocar a Câmara Técnica de Informação e Comunicação.

8.1.3. Câmara Técnica de Informação e Comunicação – composta por representantes das áreas de informação e comunicação das unidades e instâncias da Fiocruz, é o espaço de reflexão, proposição e debate acerca das questões relativas à governança, execução e monitoramento das ações previstas no âmbito da Política de Comunicação. A Câmara Técnica gera subsídios para a tomada de decisão pelo CD Fiocruz.

8.1.4. Direções das unidades – cabe às direções das unidades viabilizar a execução desta Política, sempre levando em conta a diversidade institucional.

8.1.5. Coordenadoria de Comunicação Social (CCS)

– cabe à CSS fomentar, orientar e monitorar as ações de comunicação institucional, de forma articulada com unidades e instâncias da Fiocruz, a fim de assegurar a observância das orientações desta Política.

8.1.6. Instâncias de Consulta e Articulação Internas

– são instâncias permanentes ou temporárias que aportam informações, conhecimentos e perspectivas específicas, em função de mobilizarem atores de distintos campos dentro da Fiocruz. São exemplos as Câmaras Técnicas de Informação e Comunicação das unidades (ou similares), o Fórum dos Assessores de Comunicação e o Fórum dos Editores Científicos, entre outros. Estas instâncias podem encaminhar à Câmara Técnica de Informação e Comunicação da Fiocruz ou à Presidência suas proposições, quando estas se referirem a questões transversais ou a diretrizes mais amplas.

8.1.7. Instâncias de Consulta e Articulação e/ou Participação – operam em colaboração com as equipes responsáveis por ações que se pautem pela perspectiva da comunicação pública. Se necessário, suas reflexões e proposições podem ser encaminhadas diretamente à direção das unidades, Câmara Técnica de Informação e Comunicação, Presidência ou Ouvidoria. Estas instâncias contemplam a representação de setores e grupos internos e externos à Fiocruz; serão instituídas onde e quando couber; e constituirão regimentos próprios e mecanismos específicos de composição.

9. Políticas específicas, programas, planos e manuais

O estabelecimento desta Política está em consonância com estratégias de longo prazo, com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e com os planos plurianuais da Fiocruz.

Esta Política é parte da estratégia de “implementar e fortalecer a política de informação e comunicação integrada da Fiocruz, e consolidar uma política de divulgação e popularização da ciência e com foco nas demandas do SUS” (Fiocruz, 2014a). Dessa maneira, a Política de Comunicação se articula com outras políticas institucionais, planos e programas existentes ou em desenvolvimento nos campos da comunicação, da informação, da divulgação científica e popularização da ciência, da promoção da saúde e de outras áreas, ou mesmo novos instrumentos percebidos como relevantes a serem gerados a partir do desenvolvimento e aprovação desta Política.

Entende-se como política institucional a visão, os princípios e os objetivos que se relacionam com o planejamento e as ações dos atores e interlocutores de uma instituição. Uma política institucional deve ser amparada por um conjunto de documentos e ter como partes constituintes diferentes políticas específicas, programas, planos e/ou manuais, além de se relacionar com políticas de outras áreas em suas interfaces ou complementações.

Para aplicação desta Política, compreende-se programa como o delineamento de atividades com o intuito de se atingir determinados objetivos e metas definidos pela mesma. Entende-se como plano o conjunto de métodos, atividades, tarefas, ações e medidas por meio do qual as metas e os objetivos de um programa podem ser alcançados. Os manuais apresentam as orientações mais específicas e detalhadas dos processos, procedimentos e condutas referentes a um determinado assunto.

Desse modo, são documentações relacionadas à Política de Comunicação, considerando-se as existentes ou já em fase de desenvolvimento:

Políticas:

- Política de Acesso Aberto ao Conhecimento da Fiocruz (2014)
- Política de Divulgação Científica e Popularização da Ciência da Fiocruz
- Política de Inovação da Fiocruz
- Política de Preservação dos Acervos Científicos e Culturais da Fiocruz (2013)
- Política da Qualidade da Fiocruz
- Política de Segurança da Informação e Comunicações (Posic) (2012)

Planos e Programas:

- Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI (2016-2020)
- Plano de Preservação Digital da Fiocruz
- Programa Integrado de Informação e Comunicação da Fiocruz (2002)

Manuais:

- Manual de Assessoria de Imprensa (2008)
- Manual de Digitalização da Fiocruz
- Manual de Mídias Sociais (2012)
- Manual de Redação da Fiocruz (2009)
- Manual de Uso da Lista Fiocruz-L (2009)

Portaria:

- Portaria n. 693/PR de 21/12/98 (propósito: padronizar o uso oficial dos elementos que compõem a identidade visual da instituição)

Verificam-se como estratégicas para a aplicação desta Política também a criação e a instituição dos seguintes documentos, indicados a seguir de forma preliminar:

- Diagnóstico das Ações de Comunicação da Fiocruz
- Manual de Comunicação com os Pacientes e Usuários dos Serviços de Assistência da Fiocruz
- Plano Anual de Ações Integradas de Comunicação da Fiocruz
- Plano de Comunicação Científica
- Plano de Incorporação, Alocação e Capacitação Permanente de Recursos Humanos em Comunicação na Fiocruz
- Plano de Uso e Preservação da Identidade Visual da Fiocruz
- Plano Integrado de Comunicação para os Institutos Nacionais da Fiocruz
- Plano Integrado de Comunicação, Informação e Tecnologia da Informação da Fiocruz
- Plano Plurianual de Ações Integradas de Comunicação da Fiocruz
- Programa de Comunicação Audiovisual
- Programa de Comunicação Web.

10. Avaliação, revisão e atualização

Deve estar previsto, sob a coordenação da Presidência e com a participação da Câmara Técnica de Comunicação e Informação, o desenho de mecanismos ou metodologias de avaliação, revisão e atualização desta Política, no prazo máximo de quatro anos, utilizando-se para isso, de instrumentos como grupos de trabalho e/ou comissões, com designação específica.

11. Definições

11.1. **Acessibilidade** – É a condição para que qualquer pessoa, com ou sem deficiência, utilize, com segurança e autonomia, total ou assistida, os espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação (Brasil, 2004). A partir deste conceito, a acessibilidade apresenta diferentes dimensões: atitudinal, arquitetônica, comunicacional, instrumental, metodológica e programática. No que diz respeito à acessibilidade comunicacional, refere-se à eliminação de barreiras, seja na comunicação interpessoal, escrita, audiovisual e digital, garantindo o direito ao acesso à comunicação e informação a qualquer pessoa, nos diferentes meios.

11.2. **Acesso aberto** (Open access) – Significa a livre disponibilidade de conteúdo digital de caráter científico para a sociedade, sem restrição de acesso e de modo gratuito. O movimento do acesso aberto atua em três dimensões: disseminação ampla e irrestrita da informação científica; uso de software aberto para o desenvolvimento de aplicações; e publicação de bases de dados em formato aberto entre sistemas. Na Fiocruz, o acesso aberto é regulamentado através de sua Política de Acesso Aberto ao Conhecimento.²

11.3. **Comunicação científica** – “Consiste em tornar públicos resultados de pesquisas para a comunidade científica e a sociedade. Esse processo se dá mediante uma estrutura de conteúdo própria, arbitrada por pares, e a utilização de canais formais (livros, periódicos impressos e eletrônicos, obras de referência, relatórios técnicos) e informais (e-mails, grupos de discussão, preprints, versões provisórias de artigos e comunicações em congressos, publicadas ou não). O objetivo é

² Open Archives initiative(OAI)

fazer com que tais resultados sejam aceitos como constituintes do conhecimento científico" (Targino, 2000).

11.4. Comunicação e saúde – Associa-se à noção de direito, é dirigida a cidadãos, objetiva o aperfeiçoamento de um sistema público de saúde em todas as suas dimensões e a participação efetiva das pessoas na construção dessa possibilidade. Objetiva estabelecer um debate público sobre temas de interesse e garantir às pessoas informações suficientes para a ampliação de sua participação cidadã nas políticas de saúde. Objetiva-se compreender e agir sobre os processos sociais de produção dos sentidos, que afetam diretamente o campo da saúde. O eixo balizador da prática comunicativa são os princípios do SUS (Araújo Et Cardoso, 2007)

11.5. Comunicação em situação de risco – Informar e conscientizar acerca dos riscos de segurança e saúde aos quais as pessoas estão expostas e ser capaz de explicar os fatores de risco associados a doenças e agravos são algumas das principais atribuições da comunicação em situação de risco, que, ao mesmo tempo que tem de evitar alarde e preocupação indevida à população, deve romper com a barreira da linguagem inerente ao vocabulário técnico-científico (BID Et Opas, 2007). Trata-se de um processo que envolve a troca de informações em tempo real, aconselhamento e opiniões entre peritos, líderes comunitários ou funcionários e pessoas em situação de risco. A finalidade última é permitir que todas as pessoas envolvidas tomem decisões informadas no sentido de se protegerem a si e aos outros (OMS, 2016).

11.6. Comunicação institucional – Responsável direta pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização. É o conjunto de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre as filosofias, as políticas, as práticas

e os objetivos da organização. A comunicação institucional enfatiza os aspectos relacionados com a missão, a visão e os valores da organização, e implica conhecer e compartilhar seus atributos (Kunsch, 2003: 164). Como parte integrante da comunicação institucional, a comunicação interna deve contribuir para o exercício da cidadania e para a valorização da pessoa (Kunsch, 2003: 159). Deve também acatar os princípios do livre acesso à informação e da transparência, garantindo o diálogo e a troca de informações entre os múltiplos atores da instituição.

11.7. Comunicação pública – Ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – inclusive partidos, empresas, terceiro setor e cada cidadão individualmente) em temas de interesse público. Ela trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. “A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e à expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. [...] Mais poder para a sociedade, menos para os governos; mais diálogo e participação, menos dirigismo, são algumas das premissas. A ideia-chave seja a de espírito público, o compromisso de colocar o interesse da sociedade antes da conveniência da empresa, da entidade, do governante, do ator político”. (Duarte, 2016)

11.8. Direito à comunicação – Alicerça-se nas concepções de diálogo, bidirecionalidade e liberdade de expressão. Pressupõe, nos processos comunicacionais, a participação ativa de diferentes atores individuais e coletivos – sejam eles cidadãos, movimentos sociais, instituições públicas e privadas – na

produção e difusão de conteúdo. É concebido como um direito que ultrapassa a ideia de transmissão, transferência, distribuição, ou seja, de "receber comunicação" ou "ter acesso à informação". Seu reconhecimento como direito humano surgiu nos estudos e debates da Unesco, na década de 1970.

11.9. Direito à informação – É um dos alicerces do Estado Democrático de Direito. Compreende o direito de participar da produção da informação e de buscá-la sem obstáculos ou discriminações, bem como de definir e consentir de forma livre e esclarecida os limites entre a defesa de sua privacidade e os interesses coletivos da sociedade nos marcos da democracia e transparência. O direito de buscar informações (direito de acesso) é fundamental, mas não é suficiente para o pleno exercício do direito à informação que só se realiza na superação do papel do indivíduo como mero receptor de uma informação produzida a partir da visão de mundo e do contexto de outrem. O direito à informação só se completa quando o cidadão e coletivos tornam-se sujeitos informacionais (Moraes, 2002).

11.10. Direito à saúde – Presente na Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU, de 1948, o direito à saúde integra o conjunto dos chamados direitos sociais. A Conferência Internacional sobre Cuidados Primários de Saúde, da Organização Mundial de Saúde (OMS), de 1978, consolidou esta ideia ao afirmar que o conceito de saúde ultrapassa sua representação como mera ausência de doença ou enfermidade e é um "estado de completo bem-estar físico, mental e social". No contexto nacional, alcançou sua expressão legal na Constituição Federal de 1988, que reconheceu a saúde como "um direito de todos e dever do Estado" (CF, art. 196), e na construção do SUS.

11.11. **Divulgação científica** – Refere-se às ações dedicadas a tornar o conhecimento científico mais acessível ao público amplo, para além das estratégias formais de educação, utilizando-se de plataformas, formatos e mídias diversos. Seu objetivo é fortalecer os laços entre a ciência e o cidadão em geral, por meio da informação e do engajamento do público no debate político da ciência e das questões científicas.

11.12. **Gestão de imagem/reputação** – Gerir a imagem/reputação de uma organização significa cuidar, zelar e monitorá-la. Segundo Dowling (1986), reputação é “o conjunto de significados pelo qual uma empresa é conhecida e através dos quais as pessoas a descrevem, lembram e se relacionam. É o resultado da interação de convicções, ideias, sentimentos e impressões de uma pessoa sobre a empresa”. Uma organização é vista de diversas maneiras, por diferentes públicos, e leva tempo para construir uma reputação e uma imagem sólidas. As reputações são criadas por experiências diretas, por meio de seus canais de comunicação e pelo que os outros dizem (Duarte, 2016).

11.13. **Identidade visual** – É o sistema integrado de design que abrange todas as manifestações visuais que caracterizam visualmente uma organização -- marca, logotipo, cores, uniformes, identificação de veículos e de produtos, indicadores visuais, placas de sinalização etc (Rabaça, 2001). A gestão da identidade visual é uma das atividades incluídas na gestão da imagem de uma instituição.

12. Referências

ARAÚJO, I. S. & CARDOSO, J. M. Comunicação e Saúde. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007. (Coleção Temas em Saúde) BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO (BID) & ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). Guia de Comunicação Social e Comunicação de Risco em Saúde Animal. Rio de Janeiro: Panafiosa/Opas, OMS, 2007. (Serie de Manuais Técnicos, n. 10)

BRASIL. Lei n. 9.612/1998 de 19 fev. 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Brasília, Diário Oficial da União, 1998. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

BRASIL. Lei n. 10.098, de 19 dez. 2000. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida. Brasília, Diário Oficial da União, 2000. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

BRASIL. Decreto n. 5.296, de 2 dez. 2004. Dispõe sobre normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida. Brasília, Diário Oficial da União, 2004. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

BRASIL. Decreto n. 5.820, de 29 jun. 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão. Brasília, Diário Oficial da União, 2006. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

BRASIL. Lei n. 11.652 de 07 abr. 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC. Brasília, Diário Oficial da União, 2008. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016. BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Núcleo Técnico da Política Nacional de Humanização. HumanizaSUS: documento base para gestores e trabalhadores do SUS. 4. ed. 4. reimp. Brasília: Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Núcleo Técnico da Política Nacional de Humanização, 2010a. Disponível em: . 23 Acesso em: 1 ago. 2016.

BRASIL. Presidência da República. Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência: protocolo facultativo à convenção sobre os direitos das pessoas com deficiência. Decreto legislativo n. 186, de 09 de julho de 2008. Decreto n. 6.949, de 25 de agosto de 2009. 4. ed. rev. e atual. Brasília: Secretaria de Direitos Humanos, Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos Humanos da Pessoa com Deficiência, 2010b. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

BRASIL. Lei n. 12.485, de 12 set. 2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. Brasília, Diário Oficial da União, 2011a. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

BRASIL. Lei n. 12.527, de 18 nov. 2011. Lei de Acesso à Informação. Regula, atualiza e altera o acesso a informação na Constituição Federal e leis específicas, e dá providências. Brasília, Diário Oficial da União, 2011b. Disponível em: . Acesso em: 7 jul. 2016.

BRASIL. Portaria n. 368, de 12 fev. 2014. Dispõe sobre o processo de classificação indicativa. Brasília, Diário Oficial da

União, 2014a. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016. BRASIL. Lei n. 13.146, de 6 jul. 2015. Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília, Diário Oficial da União, 2015. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

CARTA AOS/ÀS PARTICIPANTES da 15ª Conferência Nacional de Saúde: direito à comunicação e informação para consolidar a democracia e o direito à saúde Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

CASA DE OSWALDO CRUZ (COC). Política de preservação e gestão de acervos culturais das ciências e da saúde da Casa de Oswaldo Cruz – Fiocruz, 2013. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016. 24

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (CGI) & W3C ESCRITÓRIO BRASIL (W3C). Cartilha de Acessibilidade na Web. São Paulo: W3C, 2013. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

DOWLING, G. R. Managing your Corporate Image. Industrial Marketing Management, 15(2): 109- 115, 1986.

DUARTE, J. (Orientador). Glossário de Gestão da Comunicação. Brasília: Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas (Fatecs), Centro Universitário de Brasília (UniCeub), 2014. (Glossário experimental produzido no curso de pós-graduação em Gestão da Comunicação nas Organizações, Turma C). Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

DUARTE, J. Comunicação pública. Comunicação e Crise. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

ESCOLA DE GENTE. Série de "Manuais da Mídia Legal"

para comunicadores/as produzida pela Escola de Gente - Comunicação em Inclusão. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (FIOCRUZ). Programa integrado de informação e comunicação da Fiocruz/Fundação Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (FIOCRUZ). Estratégia de Longo Prazo (2022), Plano Quadrienal 2011-2014. In: FUNDAÇÃO

OSWALDO CRUZ (FIOCRUZ). Relatório Final do VI Congresso Interno Fiocruz: a Fiocruz como instituição pública estratégica de estado para a saúde. Dispõe sobre os projetos estratégicos a serem desenvolvidos pela instituição no período, apontando objetivos e resultados específicos a serem alcançados, 2011. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (FIOCRUZ). Plano Quadrienal 2014-2017. In: FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (FIOCRUZ). Relatório Final do VII Congresso Interno Fiocruz: conhecimento e inovação para a saúde, desenvolvimento e cidadania. Dispõe sobre os projetos estratégicos a serem desenvolvidos pela instituição no período, apontando objetivos e resultados específicos a serem alcançados, 2014a. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (FIOCRUZ). Política de Acesso Aberto ao Conhecimento da Fiocruz, 31 de março de 2014b. Disponível em: 25 . Acesso em: 1 ago. 2016.

KUNSCH, M. M. K. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Edição revista. São Paulo: Summus,

2003. (Novas Buscas em Comunicação, v. 17)

MORAES, I. H. S. Política, Tecnologia e Informação em Saúde: a utopia da emancipação. Salvador: UFBA, Casa da Qualidade, 2002.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). Treinamento em comunicação de risco emergencial, slide 7, 2016. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2016.

RABAÇA, C. A. & BARBOSA, G. G. Dicionário de Comunicação. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

TARGINO, M. G. Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. Informação & Sociedade: Estudos, 10(2): 1-27, 2000.

ISBN 978-858110031-9



Ministério da Saúde

FIOCRUZ

Fundação Oswaldo Cruz