



Ministério da Saúde

FIOCRUZ  
Fundação Oswaldo Cruz

Brasília

# RELATÓRIO SUSTENTABILIDADE



## 1º CICLO



***“O tempo passa...  
... mas deixamos marcado  
no ambiente o registro de  
nossas ações.”***

*Wagner Vasconcelos*



# APRESENTAÇÃO

Este relatório apresenta uma síntese da campanha de sustentabilidade que a Fiocruz Brasília vem desenvolvendo desde maio de 2014, seus resultados, contextos, dificuldades e perspectivas. O documento é resultado de um esforço conjunto, a partir dos dados e ações produzidos e conduzidos pelas diversas equipes que compõem o Grupo Gestor da Campanha. Sua elaboração final coube ao subgrupo de Relatoria, mas expressa o conjunto de percepções dos trabalhadores que integram a campanha.

O referido coletivo reconhece os avanços que a ação tem trazido para a instituição, especialmente no sentido de colocar na pauta de discussões de nossos profissionais um dos temas mais prementes da atualidade. Bem como no de poder aferir algumas mudanças de comportamento sintonizadas com uma postura socioambiental mais condizente e esperada de trabalhadores do serviço público brasileiro. Mas também aponta as dificuldades que a missão tem imposto ao grupo, seja para a operacionalização da campanha, seja para viabilizar a mobilização constante que a ação requer.

Acima de tudo, o objetivo deste relatório é possibilitar uma avaliação crítica da condução da campanha e, ao mesmo tempo, embasar a direção e toda a instituição quanto às necessidades a serem observadas e cuidadosamente trabalhadas para o pleno êxito da campanha.



# Introdução

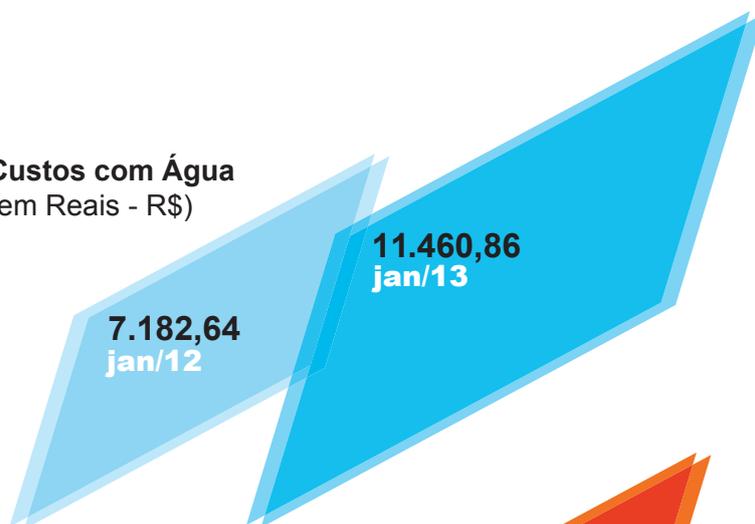
## 1.1) Contextualização da Campanha de Sustentabilidade na Fiocruz Brasília

O tema Sustentabilidade tem se tornado recorrente em diversos setores da sociedade, seja pelos impactos da ação humana sobre o meio ambiente, seja pela crescente pressão da responsabilidade de cada indivíduo quanto ao assunto. No serviço público, tal preocupação não pode ser negligenciada, sobretudo quando se consideram as diretrizes da Agenda Ambiental para a Administração Pública (A3P), elaborada e difundida pelo Ministério de Meio Ambiente, e da qual a Fiocruz é signatária.

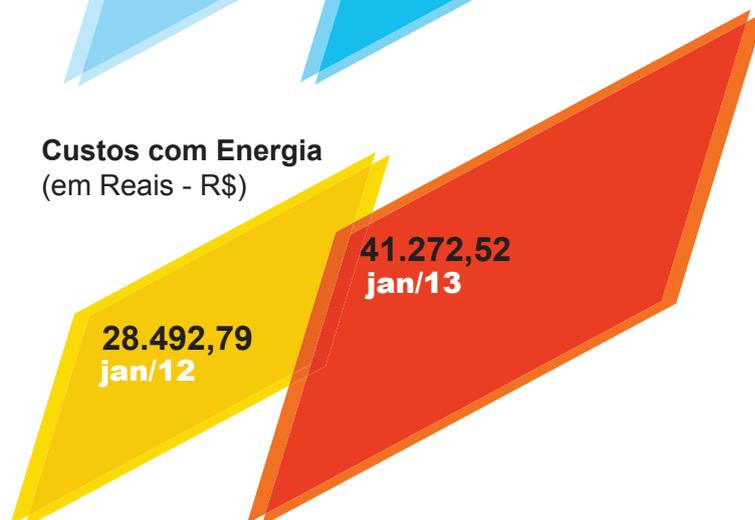
À Fiocruz Brasília, o aprofundamento das discussões e, conseqüentemente, das ações sobre sustentabilidade derivaram, inicialmente, de preocupações financeiras. Ao final de 2013, a Direção da instituição, preocupada com os custos elevados nas contas de água, energia e telefone, demandou à Assessoria de Comunicação (Ascom) uma campanha de conscientização sobre os usos de tais insumos.

Ao investigar junto a outros setores, especialmente aqueles ligados à infraestrutura, as possíveis causas da elevação de tais custos, a Ascom deparou-se com dois fenômenos. O primeiro deles era o acentuado aumento das contas de água e luz, conforme gráfico a seguir, que compara os gastos meses de janeiro de 2012 e 2013.

### Custos com Água (em Reais - R\$)



### Custos com Energia (em Reais - R\$)





O segundo fenômeno observado, e importante para a explicação do primeiro, foi o aumento do número de pessoas e atividades no prédio da Fiocruz Brasília. Dados da Escola de Governo em Saúde (EGS) da Fiocruz Brasília mostram que, no mesmo período comparado, houve um aumento de 150% desse total de pessoas e atividades (cursos, seminários, encontros, congressos etc). Evidentemente, tal aumento trouxe e traz repercussões para o uso dos insumos do prédio da instituição.

Diante disso, as estratégias a serem adotadas pela campanha precisaram considerar esses fatores. Assim, um possível foco exclusivo na redução dos custos poderia não ser atingido, gerando a falsa impressão de ineficácia da campanha e frustrando os participantes e gestores da ação. Dessa forma, ficou acordado que buscar-se-ia a conscientização dos trabalhadores e visitantes da instituição, provocando um consequente uso racional dos insumos da Fiocruz Brasília. Ou seja, embora não se busquem exclusivamente reduções nos valores das contas, espera-se reduzir a intensidade com que sobem.

Outra observação importante é que os insumos cujos valores traziam preocupações na verdade estão, também, relacionados a questões ambientais ou de responsabilidade social — ou às duas questões ao mesmo tempo. Por isso, considerou-se que muito mais razoável que apenas dar andamento a uma campanha de economia seria investir em ampla campanha de sustentabilidade, que também abarcaria as preocupações financeiras inicialmente verificadas.

## 1.2) Operacionalização das ações

Tendo em vista a complexidade com a qual a campanha teria de lidar, decidiu-se investir numa ampla mobilização e participação dos trabalhadores da Fiocruz Brasília. Por isso, diversas áreas da instituição precisariam ser acionadas para a campanha, de forma a que se tentasse evitar uma campanha de caráter meramente verticalizado (da Direção ou da Ascom para o restante da instituição).

Um grupo inicialmente constituído por representantes de cinco áreas (Ascom, Sead, Sinfra, Segest e EGS) se reuniu para discutir as raízes de alguns dos problemas verificados. Nesse encontro, observou-se a necessidade de envolvimento de outras áreas, que foram acionadas e imediatamente aderiram à ação. Este grupo começou a reunir-se em 24 de abril de 2014 para definir os contornos gerais da campanha, que foi apresentada ao público em 30 de maio de 2014, quando das comemorações pelo aniversário da instituição. Um grande evento foi realizado e uma série de ações alusivas à campanha foi apresentada

Mesmo assim, alguns desafios de ordem prática e operacional impediram o início imediato das ações da campanha. Dentre eles, a espera pela produção dos materiais de suporte à ação. Tal espera deveu-se às restrições orçamentárias por que passa a instituição, que obrigaram o grupo a definir estratégias de baixo ou nenhum custo.

## Diversas atividades marcam as comemorações dos 114 anos da Fiocruz em Brasília



Nathália Gameiro e Nayane Tani

Aniversário da instituição foi comemorado na Capital Federal com o lançamento da "Campanha de Sustentabilidade e Consumo Sustentável" e uma programação cultural.

No dia 25 de maio, a Fiocruz comemorou 114 anos, que consolidam sua atuação como instituição nacional e internacional em saúde, ensino e inovação. Para celebrar

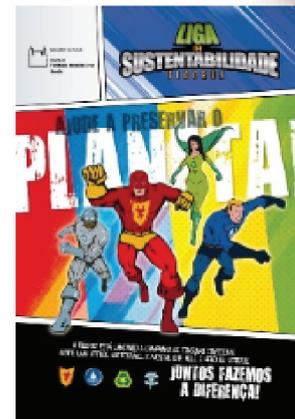
Fiocruz Brasília participou, na tarde da última sexta-feira, 30 de maio, de diversas atividades.

A comemoração foi iniciada com o lançamento da "Campanha de Sustentabilidade e Consumo Consciente", iniciativa que tem como objetivo conscientizar os funcionários da Fiocruz Brasília a adotarem hábitos sustentáveis na utilização dos recursos da instituição, como por exemplo, água, luz, energia elétrica, ar condicionado, telefone, papel e copos plásticos, a fim de evitar o desperdício e consumo de forma irresponsável.

Além disso, a campanha visa reforçar a atuação da Fiocruz em ações de responsabilidade socioambiental e contribuir para a integração de todas as áreas e setores da instituição. A iniciativa terá a duração de 12 meses, e a cada trimestre um tema distinto será abordado.

A vice-diretora da Fiocruz Brasília, Iramaya Caldas ressalta que ficou feliz e se surpreendeu com o nível de mobilização dos funcionários e de como todos se engajaram na campanha. "Na Fiocruz, os trabalhadores estão criando a consciência sobre como temos que preservar a natureza. Não é só uma questão econômica, mas uma mudança de vida. A responsabilidade da Fiocruz é ainda maior, como instituição de saúde, de preservar o meio ambiente e a qualidade de vida das pessoas", afirma.

Para ela, a responsabilidade é de cada cidadão. "É obrigação de cada um preservar o meio ambiente, seja



Também é importante frisar como dificuldade inicial (e permanente) a necessidade de conciliação dos tempos de todos os trabalhadores da instituição em prol da campanha. Cada uma das pessoas envolvidas diretamente com a gestão da ação está tendo de fazê-lo concomitantemente com as demais ações de sua jornada profissional. Por isso, é necessário destacar e reconhecer o esforço individual que tem se relevado na campanha.



# CAMPANHA DE SUSTENTABILIDADE

## FIOCRUZ

### BRASÍLIA

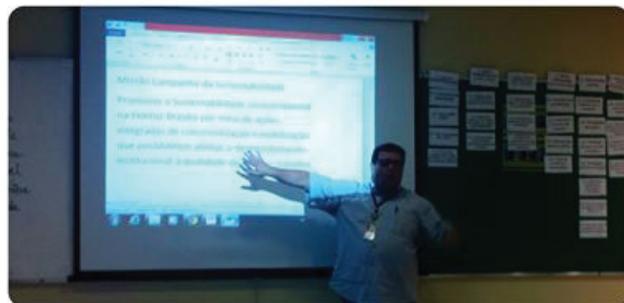
#### 1.3) LANÇAMENTO DA CAMPANHA

A Campanha, conforme exposto no item 1.2, foi oficialmente apresentada aos colaboradores da Fiocruz Brasília no dia 30 de maio de 2014, no evento de comemoração dos 114 anos da Fiocruz, momento em que uma série de ações foi realizada para firmar a campanha, dentre estes, destaca-se:

- Apresentação de vídeo (<https://www.youtube.com/watch?v=GKSWRa130BE>) de mobilização para a campanha. O vídeo usa o recurso de *time lapse*, tendo o prédio da Fiocruz Brasília como foco, e mostra os elementos da natureza que conduzirão a campanha;
- Palestra interativa com a analista ambiental do Ibama, Janaina Silva;
- Plantio de ervas aromáticas, cujas jardineiras ficaram sob os cuidados de algumas pessoas da instituição;
- Produção de uma 'cápsula do tempo', dentro da qual foram colocadas mensagens escritas de todos os participantes do evento, respondendo à seguinte pergunta: "Como você espera encontrar a Fiocruz em 2015?". A ideia é que a cápsula seja aberta no dia 25 de maio de 2015, durante as festividades dos 115 anos da Fiocruz. Dessa forma, será possível fazer com que as pessoas vejam e comparem o que escreveram no passado com aquilo que pensam no momento da abertura da cápsula, tendo sido decorrido um ano desde a apresentação da campanha.

Embora a apresentação da campanha tenha ocorrido nesta ocasião, seu efetivo lançamento, partindo-se para ações práticas, só se deu no dia 1º de setembro, quando a professora Karen Oliva, do Programa de Educação, Cultura e Saúde (PECS), ministrou uma oficina sobre a água, com o objetivo de informar e sensibilizar os participantes a respeito do tema.

Tal intervalo de tempo foi necessário para que a equipe gestora melhor se preparasse para a condução da atividade. No dia 23 de julho, por exemplo, foi realizada uma oficina de planejamento para a campanha, conduzida pelo coordenador da Coordenação de Programas e Projetos (CPP), André Guerreiro. (FOTO REUNIÃO 1). O grupo gestor teve a oportunidade de construir os objetivos, a visão de futuro e a missão da Campanha, conforme exposto na tabela a seguir:



### **Objetivos da Campanha Sustentabilidade Fiocruz Brasília:**

- Integrar todas as áreas da instituição no processo;
- Estimular mudanças de comportamento, ampliando consciência socioambiental;
- Associar responsabilidade socioambiental ao nome Fiocruz;
- Racionalizar impactos financeiros.
- Visão de futuro para a Fiocruz Brasília a partir da campanha:

Ser vista e reconhecida interna e externamente como uma instituição socioambientalmente responsável, marcada pela cooperação mútua entre todos os colaboradores da Fiocruz Brasília.

### **MISSÃO DA CAMPANHA:**

Promover a sustentabilidade socioambiental na Fiocruz Brasília por meio de ações integradas de conscientização e mobilização que possibilitem alinhar o desenvolvimento institucional à qualidade de vida no trabalho.

Esses dados passaram a compor o plano geral da campanha, que se desdobrou em planos de comunicação específicos para cada Ciclo (água, copos e papéis, energia e telefone). Para desenvolver o plano do ciclo da água, foi realizada uma série de levantamentos a fim de buscarmos as raízes das questões que envolvem gastos com água e se chegar a objetivos mais condizentes com a realidade da instituição. Para isso, realizou-se um levantamento da situação atual da instituição segundo:

- a visão da gestão
- a visão dos funcionários da limpeza
- a visão dos funcionários da manutenção

Após esses levantamentos, foi feita uma comparação entre a visão geral e as três visões acima apontadas, chegando-se à identificação de algumas possibilidades para a distorção entre estas visões. Ao final, elencaram-se três objetivos para este ciclo da campanha:

- Conscientizar a gestão de que ainda existem possibilidades de se reduzir o gasto de água e manter um diálogo mais próximo com os funcionários da base;
- Manter o uso racional de água na instituição;
- Conscientizar os funcionários a fim de torná-los multiplicadores de atitudes sustentáveis no ambiente de trabalho, em suas casas e comunidades.



#### 1.4) Grupo gestor

Sobre o grupo gestor, é válido destacar que, como não havia a possibilidade de se contratar uma equipe específica para desenvolver as ações da campanha, foi necessário envolver todos os integrantes da instituição no processo. Por isso, criou-se um grupo composto por representantes de todas as áreas. Tal grupo, por sua vez, organiza-se em subgrupos com tarefas e objetivos definidos. A tabela a seguir designa quem são essas pessoas, a quais áreas pertencem, e seus respectivos objetivos e atribuições na campanha.

Tabela 1 – Equipes da Campanha e seus respectivos integrantes, objetivos e atribuições.



Wagner Vasconcelos  
(Ascom)



Ana Carolina Oliveira  
(Ascom)



Juliana Seidl  
(Nust)



Luiz Carlos Albuquerque  
(Sead)



Rosângela Moreira  
(EGS)



Monique Lima  
(Nueve)



Márcio Cavalcante  
(Gabinete)



Telma Gontijo  
(Sead)



Fernando Rocha  
(Pecs)



Fernanda Miranda  
(Ascom)



Rebeca  
(UNA-SUS)



Gabriel Veloso  
(Sinfra)



Leonardo Santos  
(Sepof)



Meiriluci Lima  
(Sead)



Moisés Borba  
(Sinfra)



Ana Schramm  
(Pecs)



Flaudenir  
(Cead)

Destaca-se a necessidade de engajamento dos trabalhadores da Fiocruz Brasília na campanha. Por isso, os integrantes do grupo gestor têm o dever de repassar as decisões do grupo às equipes de trabalho às quais pertencem.

Equipe	Membros	subcoordenador	Objetivo	Atribuições
<b>Coordenação</b>	  Wagner Vasconcelos (Ascom) Ana Carolina Oliveira (Ascom)	Não se aplica	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Supervisionar a condução da campanha e representar as ações do grupo gestor perante a Direção da Fiocruz Brasília e demais entidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Definir diretrizes da campanha;</li> <li>•Agendar e conduzir reuniões periódicas;</li> <li>•Coordenar o trabalho das equipes;</li> <li>•Participar de reuniões representando a campanha;</li> <li>•Analisar dados e resultados da campanha</li> <li>•Articular-se com parceiros que possam colaborar com a campanha</li> </ul>
<b>Liga da Sustentabilidade</b>	    Fernando Rocha (Pecs) Leonardo Santos (Sepof) Luiz Carlos Albuquerque (Sead) Meiriluci Lima (Sead)	Não se aplica	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Integrar, orientar e mobilizar os trabalhadores da instituição em prol da sustentabilidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Realizar intervenções com as equipes de trabalho (jogos, rodas de conversa, visitas às áreas etc);</li> <li>•Fazer pesquisas sobre os temas em discussão;</li> <li>•Acompanhar se as mudanças estão sendo aplicadas pelas equipes</li> <li>•Mapear e propor ações de capacitação de interesse para a campanha</li> </ul>
<b>Capacitação</b>	   Fernanda Miranda Ana Schramm Flaudenir	 Fernanda Miranda	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Promover ações e estratégias de capacitação dos colaboradores da Fiocruz Brasília sobre responsabilidade socioambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Mapear e selecionar atividades, dentro e fora da Fiocruz;</li> <li>•Articular-se com especialistas e demais profissionais (internos e externos à Fiocruz) que possam colaborar com a campanha;</li> <li>•Identificar iniciativas de sustentabilidade que possam servir de referência à campanha;</li> <li>•Elaborar e divulgar calendário de capacitação e atividades de interesse</li> </ul>
<b>Relatoria</b>	   Juliana Seidl (Nust) Monique Lima (Nueve) Telma Gontijo (Sead)	 Monique Lima	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Registrar o desenvolvimento da Campanha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Elaborar atas das reuniões;</li> <li>•Produzir relatórios periódicos da campanha</li> <li>•Viabilizar a realização das reuniões e encontros (agendamento de salas, datas, etc)</li> </ul>
<b>Monitoramento</b>	     Ana Carolina (Ascom) Gabriel Veloso (Sinfra) Márcio Cavalcante (Gabinete) Moisés Borba (Sinfra) Rosângela Moreira (EGS)	 Márcio Cavalcante (Gabinete)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Monitorar índices para comprovação da eficácia da Campanha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Levantar custos, gastos e despesas;</li> <li>•Discutir resultados e propor mudanças.</li> </ul>
<b>Comunicação</b>	<b>ASCOM +</b>  Toda equipe Ascom + Rebeca (UNA-SUS)	 Ana Carolina de Oliveira	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Elaborar e implementar ações de estratégias de divulgação e mobilização para a campanha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Produzir materiais diversos para a campanha;</li> <li>•Divulgar (interna e externamente) ações e resultados da campanha;</li> <li>•Divulgar áreas, pessoas e iniciativas inovadoras;</li> <li>•Elaborar e executar FioQuiz;</li> <li>•Elaborar e divulgar o Você Sabia</li> <li>•Elaborar arte de painel de divulgação dos dados da campanha;</li> <li>•Produzir (em articulação com o grupo Relatoria) relatórios periódicos sobre a campanha</li> </ul>



## 2 - INDICADORES E MONITORAMENTO

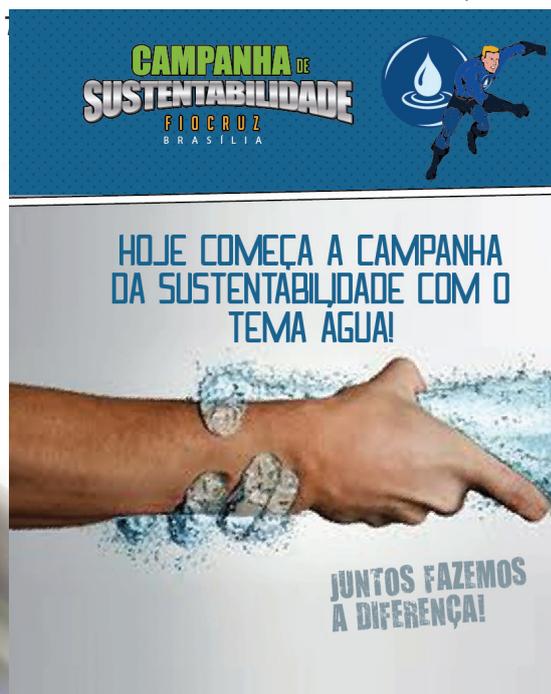
A fim de aferir e analisar o desempenho da Campanha de Sustentabilidade, quatro linhas de ação foram estabelecidas:

- Ações de sensibilização, tais como conversas com os grupos, oferta de oficinas e visitas às áreas (lideradas pelo subgrupo Liga da Sustentabilidade);
- Produção de material educativo, mensagens e ações de reforço; Ações de incentivo e continuidade, e
- Monitoramento, avaliação e disponibilização dos resultados.

Tais ações foram colocadas em prática a partir do mês de setembro. Na tabela a seguir, serão apresentados os indicadores da Campanha de Sustentabilidade, as descrições que expressam esses indicadores, bem como os resultados alcançados.

Tabela – Indicadores e seus respectivos índices, metas e resultados.

É importante observar que o consumo de água não foi elencado como indicador, por se considerar que o aumento do número de pessoas circulando no prédio implicaria num aumento proporcional deste consumo. De qualquer maneira, observou-se uma diminuição de 6,36% no consumo de água, comparando-se os períodos de setembro/outubro dos anos de 2013 e 2014. (2013:



Indicador	Descrição	Metas	Ações / Resultados
<b>Reuniões do Grupo Gestor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Encontros destinados às discussões de estratégias, informes, soluções, resultados alcançados, próximas metas etc.</li> </ul>	1 reunião mensal	<ul style="list-style-type: none"> <li>•4 reuniões: 23/07/2014, 18/08/2014, 18/09/2014 e 21/10/2014.</li> </ul> <b>Meta cumprida</b>
<b>Engajamento equipe limpeza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Nº de pessoas da equipe de limpeza que aderirem às rodas de conversa</li> </ul>	Pelo menos 7 membros (1 por andar)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•7 participantes (agosto/2014)</li> <li>•8 participantes (out/2014)</li> </ul> <b>Meta cumprida</b>
<b>Nº atividades realizadas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficinas ministradas por especialistas da área que têm como objetivo sensibilizar e informar as pessoas sobre como preservar o meio ambiente;</li> <li>•Rodas de conversa com equipe de limpeza e manutenção para sensibilizar e aferir resultados</li> <li>•Ação de intervenção junto aos funcionários</li> </ul>	2 oficinas mensais 1 roda de conversa 1 ação de intervenção	<p><b>Setembro (meta cumprida)</b></p> <p><b>2 oficinas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina 1 (01/09/2014): Oficina da Prof. Karen Oliva, do Programa de Educação, Cultura e Saúde (PECS), sobre a água;</li> <li>• Oficina 2 (25/09/14): Oficina da Prof. Carolina Lopes sobre o uso sustentável da água.</li> </ul> <p><b>2 Ações de intervenção :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Set/2014: observação da reação das pessoas ao se colocar um anúncio na porta dos banheiros informando uma suposta falta de água</li> <li>•25/09/14: Gincana nas copas: Cronometrar o tempo em que se lava a louça e premiar aquele que fizessem em menos tempo e de forma mais sustentável</li> <li>•1 Roda de conversa</li> </ul> <p><b>Outubro (meta parcialmente cumprida):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Oficinas realizadas: nenhuma</li> <li>•Atividade de intervenção: jogo da dengue com funcionários da limpeza</li> <li>•1 roda de conversa</li> </ul>
<b>Engajamento geral</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Número de áreas que participaram das oficinas realizadas</li> </ul>	Pelo menos 1 pessoa por área, considerando-se 24 áreas	<p><b>Oficina 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•12 áreas contempladas (50%) - Ascom, Sinfra, Unasus, Segest, Nueve, Psat, Pecs, Sepof, Sead, Egs, Redes, Asfoc;</li> <li>•Oficina 2: 14 áreas (58,5%) - Sead, Sepof, Redes, Nueve, Unasus, Pecs, Asfoc, Segest, Sinfra, Fiotec, Sepof, Ascom, Direção, Palin)</li> </ul>

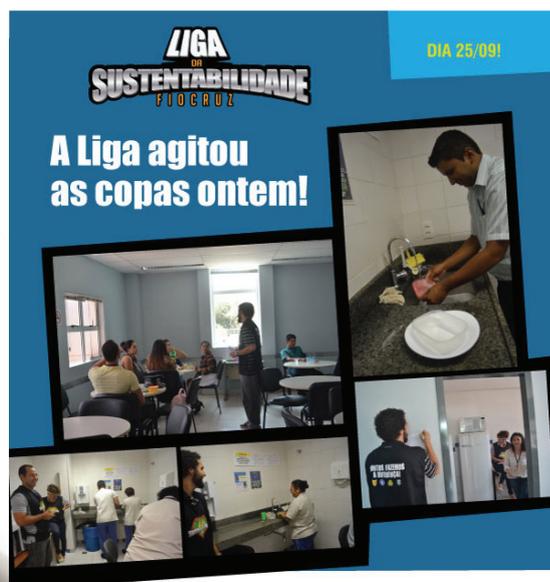


# 3 - AÇÕES DIRETAS COM O PÚBLICO: RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES

Tendo em vista o tema do primeiro ciclo abordado pela campanha (ÁGUA), e considerando-se a variedade de público que trabalha ou frequenta a instituição, as estratégias adotadas, embora visassem sempre a atingir o conjunto dos trabalhadores da Fiocruz Brasília, focou algumas ações em segmentos específicos, como o pessoal da Limpeza e da Infraestrutura. Essa estratégia foi adotada tendo em vista serem estes os públicos que diariamente mantêm uma relação mais intensa com o uso de água na instituição.

Oficinas, palestras e jogos foram realizados, fazendo com que as pessoas pudessem aprender mais sobre o tema, interagir com os colegas e propor algumas medidas a serem adotadas pela instituição.

Destacam-se duas dessas atividades: a primeira, realizada no dia 25 de setembro foi uma competição entre os trabalhadores que utilizam as copas tanto do bloco Educacional como do bloco Administrativo na hora do almoço. Os integrantes da Liga da Sustentabilidade estimulavam as pessoas a participar de um jogo que consistia em lavar a louça no menor tempo possível e da forma mais sustentável (fechando a torneira ao ensaboar a louça etc). Quatro funcionários foram vencedores e tiveram seus nomes e fotos amplamente divulgados na instituição.



**Em breve saberemos quem foram os vencedores do jogo que premiará o funcionário que lavou a louça de forma mais sustentável!**





No dia 31 de outubro, funcionários da limpeza e da infraestrutura participaram de um jogo que envolvia cuidados para a prevenção da dengue bem como o uso consciente da água. Os funcionários foram divididos em duas equipes, das quais a vencedora também foi premiada e também teve seus nomes divulgados.

Nesta mesma ação, também foi dado um retorno a esses funcionários sobre algumas sugestões feitas por eles sobre o uso racional da água na instituição. Considerou-se este retorno importante no sentido de mostrar aos funcionários que a instituição valorizou e considerou as sugestões dadas, tanto que algumas delas serão implementadas. Abaixo, seguem as principais sugestões dadas pelos funcionários e o posicionamento da instituição:





### ESPELHO D'ÁGUA

#### O que foi observado?

- Fundo branco exige lavagem constante;
- A cada lavagem são utilizados cerca de 25.000 litros de água;

#### O que está sendo feito?

- A solicitação de utilizar o fundo preto no espelho será levada à Direção;
- Os engenheiros da Fiocruz Sede (RJ) irão avaliar uma solução definitiva para o problema da limpeza do espelho d'água, como colocação de pastilhas.

### LAVAGEM DA GARAGEM

#### O que foi observado?

- É feito com água dos hidrantes;
- É utilizada muita água;
- A água vem da CAESB;

#### O que está sendo feito?

- Será utilizada a lavadora de alta pressão;
- Será utilizada a água das torneiras externas (água reutilizada da chuva);

### LAVAGEM DAS ESCADAS E BANHEIROS

#### O que foi observado?

- Os banheiros são lavados duas vezes ao dia;
- As escadas e corredores são lavados todos os dias;

#### O que está sendo feito?

- A quantidade de água utilizada para estes serviços é pequena;
- A maioria dos banheiros precisa ser lavada duas vezes ao dia por conta da grande quantidade de pessoas que os utilizam;

## TORNEIRAS DOS BANHEIROS

### O que foi observado?

- As torneiras automáticas estão desreguladas;
- Algumas ficam abertas por 1 minuto;

### O que está sendo feito?

- Algumas torneiras com defeito já foram trocadas;
- As outras serão trocadas aos poucos;
- Está sendo estudada outra maneira de diminuir a vazão de água das torneiras;

## LAVAGEM DE COPOS DE VIDRO

### O que foi observado?

- O consumo de água pode ser maior para lavar os copos de vidro sempre que forem utilizados;

### O que está sendo feito?

- A campanha de Sustentabilidade distribuiu canecas para serem utilizadas pelos colaboradores;
- O consumo de copos de plástico será reduzido;





## 4 - PERSPECTIVAS E PRÓXIMOS PASSOS

Conforme exposto neste documento, o transcurso de tempo investido na campanha permitiu a execução de uma série de ações de conscientização, capacitação e mobilização. Após dois meses trabalhando com o tema água, o segundo ciclo da Campanha Sustentabilidade versará sobre o uso e o desperdício do papel e copos descartáveis e será realizado de 03/11/2014 a 30/01/2015.

De uma forma geral, considera-se bastante positivo o resultado alcançado, seja do ponto de vista de economia no consumo de água, seja pelas mudanças de atitude observadas entre os trabalhadores.

No quesito uso/consumo, conforme já elencado, verificou-se uma **redução de 6,36%** no consumo de água comparando-se os períodos de setembro/outubro de 2013 e de 2014. Esse recorte temporal foi definido por corresponder àquele em que o tema água foi trabalhado junto aos funcionários, em 2014.

Já no que se refere às mudanças de atitudes individuais, são marcantes os depoimentos dos participantes das atividades propostas, que relataram, por exemplo:

**“Estamos usando menos água para limpar o prédio”;**

**“Aprendi a lavar melhor a louça, usando menos água”;**

**“A gente aprendeu que pode reutilizar água, o que ajuda a economizá-la”;**

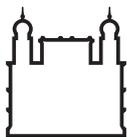
**“Mudei meus hábitos até em casa. Por exemplo, meus banhos são mais rápidos e com menor uso de água”**

É preciso, porém, ampliar a mobilização e o engajamento das pessoas, de forma constante, para que a campanha mantenha-se sempre na mente da força de trabalho da instituição. Para isso, é fundamental ressaltar que a participação direta da Direção e das coordenações das áreas nas atividades propostas pela campanha ainda é um desafio a ser superado, uma vez que suas presenças nas referidas atividades são raras ou inexistentes. É notório que a participação das chefias imediatas nas ações, além de servirem de estímulo para os subordinados, ainda representam um exemplo às equipes que lideram.

Conforme compreendido pelo Grupo Gestor, especialmente em sintonia com as tendências socioambientais que têm marcado nossos dias, o envolvimento numa ação como a campanha não pode ser encarado como algo pontual, distante, fragmentado ou esporádico. É preciso entendê-lo não apenas como importante, mas como obrigatório e integrante da vida cotidiana de cada um.

O Grupo Gestor da Campanha de Sustentabilidade não só acredita, como também defende a ação iniciada pela instituição como algo imprescindível para o desenvolvimento da Fiocruz Brasília. Por isso, buscará empreender esforços para aperfeiçoar constantemente os resultados da campanha. Igualmente, espera o envolvimento de todos, o apoio e participação crescentes da Direção e das Coordenações e, acima de tudo, a incorporação definitiva de uma mentalidade socioambiental condizente com o espírito de uma instituição com a magnitude da Fundação Oswaldo Cruz.





Ministério da Saúde

**FIOCRUZ**  
**Fundação Oswaldo Cruz**  
Brasília

**CAMPANHA DE**  
**SUSTENTABILIDADE**  
**FIOCRUZ**  
BRASÍLIA