



A Comunicação Estratégica e a Formação de Lideranças em ESG como Vetores de Transformação em uma Organização Social de Saúde

Everton T. Rafael, Edna Tanaka

Centro de Estudos e Pesquisas Dr. João Amorim (CEJAM) – São Paulo, Brasil

Eixo Temático: E3. Comunicação e Marketing em Saúde

Introdução

As Organizações Sociais de Saúde desempenham um papel decisivo na gestão de serviços públicos no Sistema Único de Saúde, exigindo elevados padrões de integridade, transparência e responsabilidade socioambiental. Para consolidar a adesão ao Pacto Global da Organização das Nações Unidas e à agenda de sustentabilidade ambiental, social e governança, o Centro de Estudos e Pesquisas Doutor João Amorim desenvolveu um plano de comunicação e marketing integrado à capacitação contínua de seus gestores, reconhecendo que o acultramento sustentável na linha de frente depende do engajamento ativo e alinhado das lideranças.

Objetivo

Descrever a implementação e os resultados da estratégia multicanal de comunicação e do programa de desenvolvimento de lideranças voltados ao fortalecimento da cultura de sustentabilidade, do alinhamento ético e da visibilidade das ações socioambientais no Sistema Único de Saúde.

Métodos

Trata-se de um relato de experiência exitosa fundamentado em um plano de comunicação estruturado nos pilares educar, inspirar e engajar. A estratégia articulou canais internos, como televisão corporativa, correio eletrônico institucional e portal de notícias, e canais externos de comunicação social e imprensa. Como eixo essencial de governança, ofertaram-se trilhas formativas do Pacto Global da Organização das Nações Unidas para noventa e dois colaboradores em cargos de gestão, abrangendo módulos dedicados à estratégia integrada de saúde e meio ambiente, saúde mental, anticorrupção e objetivos de desenvolvimento sustentável. Adicionalmente, realizou-se uma jornada de desenvolvimento contemplando trinta e dois líderes formados com ensaio fotográfico profissional e campanhas de reconhecimento. Na ponta assistencial, as lideranças atuaram na mobilização de mais de setenta unidades de saúde durante a campanha ambiental do Junho Verde, promovendo oficinas, hortas e gestão de resíduos, além de apoiar a divulgação das adesões institucionais a movimentos de transparência, saúde mental e direitos humanos.

Resultados

De janeiro a agosto de 2026, a sinergia entre a formação de gestores e a comunicação multicanal alcançou marcos expressivos. O portal institucional ultrapassou dois milhões e trezentos mil acessos totais, registrando mais de cento e sessenta e um mil acessos à seção de notícias, onde foram publicadas matérias sobre pessoas, equidade, comunidade, justiça climática, ética e integridade. Nas redes sociais, os conteúdos socioambientais somaram mais de dois milhões e novecentos mil visualizações e treze mil interações. A cobertura de imprensa obteve duas mil e seiscentas inserções na mídia, com cinquenta e sete por cento de valoração positiva e uma proporção de sessenta matérias positivas para cada matéria negativa. A transparência corporativa foi consolidada com a publicação do relatório de sustentabilidade alinhado às diretrizes internacionais da iniciativa de relato global e à comunicação de progresso do Pacto Global, além da atualização permanente das seções de prestação de contas.



Conclusão

A integração entre a capacitação de lideranças e a comunicação estratégica provou ser um modelo eficaz de gestão em organizações de saúde. Os resultados demonstram que a atuação multicanal gera duplo impacto ao promover o engajamento interno das lideranças como multiplicadoras culturais e fortalecer a reputação e a transparência pública no Sistema Único de Saúde.

Acesse o trabalho na íntegra!

