

Título: Política de comunicação efetiva**1. OBJETIVO**

Promover um processo de comunicação integrado, transparente e ético, alinhado ao Planejamento Estratégico e aos compromissos de Sustentabilidade (ESG). Esta política visa assegurar a integridade da reputação institucional e o respeito incondicional aos direitos humanos e à diversidade.

Para evidenciar as diretrizes estabelecidas nesta política utilizamos os documentos e ferramentas a seguir:

- Prontuários;
- Sites;
- Canais de RH;
- Normas e condutas internas;
- Redes sociais;
- Pesquisas de satisfação de clientes.

2. APLICAÇÃO

Todos os profissionais da instituição, parceiros terceiros e prestadores de serviços (partes interessadas).

É competência de todos os gestores fazer com que suas equipes tomem conhecimento formal desta política, inclusive aqueles que vierem a ser contratados após a sua publicação.

As regras desta política aplicam-se também a todos os fornecedores e prestadores de serviços da instituição, que devem seguir cada um dos itens, bem como realizar report à Diretoria de todas as atividades desenvolvidas voltadas a essa Política.

3. DEFINIÇÕES

Não se aplica.

4. DIRETRIZES**4.1 Diretrizes para canais de manifestação e escuta ativa (foco em governança – ESG)****4.1.1 Canal de ética e sigilo (público interno de parceiros)**

Finalidade: recebimento de denúncias relativas a condutas antiéticas, como assédio moral, assédio sexual, discriminação, corrupção ou violação de compliance.

Garantias: asseguramos o anonimato, o sigilo absoluto e a não retaliação do denunciante de boa-fé.



<https://contatoseguro.com.br/pt/santacasasaa>

4.1.2 Canal de manifestação do cliente e stakeholders (ombudsman/ouvidoria)

Finalidade: espaço para elogios, sugestões, críticas e reclamações de pacientes, familiares e fornecedores.

Plataformas: Formulário de “Fale Conosco” no site institucional, totens de pesquisa de satisfação nas unidades e canal de WhatsApp exclusivo para atendimento ao cliente.

Prazo de devolutiva: manutenção do padrão de resposta em até XX horas para casos rotineiros e tratativa imediata para eventos sentinela ou queixas graves.

4.2 Diretrizes de comunicação e sustentabilidade (ambiental e social)

4.2.1 Responsabilidade socioambiental na comunicação

Digitalização: priorizar canais de comunicação digitais (e-mail, telas de gestão à vista, sistemas integrados) para reduzir o consumo de papel e resíduos de impressão, alinhando-se às metas ambientais do ESG.

Educação para a saúde: utilizar as redes sociais para promover campanhas de prevenção, saúde pública e conscientização ambiental, gerando valor para a sociedade.

4.2.2 Comunicação inclusiva e humanizada

Diversidade: toda comunicação interna e externa deve utilizar linguagem inclusiva, evitando estereótipos e promovendo a equidade.

Notícias desfavoráveis: a comunicação de desfechos clínicos não esperados deve seguir protocolos de humanização e empatia, garantindo suporte emocional ao paciente e à família.

4.3 Diretrizes para governança de dados e redes sociais

LGPD: Todos os registros em prontuários e comunicações via sistema devem seguir rigorosamente a Lei Geral de Proteção de Dados, garantindo o backup seguro e a privacidade do paciente.

Conduta em redes sociais: é proibida a exposição de pacientes em fotos ou vídeos, mesmo que em caráter elogioso, sem a autorização formal e prévia através de Termo de Consentimento.

Combate a fake news: a instituição compromete-se a divulgar apenas informações baseadas em

evidências científicas e orientações normativas de órgãos governamentais.

4.4 Diretrizes para monitoramento e auditoria

Gestão à vista: os resultados das pesquisas de satisfação e os indicadores do Canal de Ética devem ser apresentados em reuniões de resultados para promover a melhoria contínua.

Auditoria de registros: a comissão de revisão de prontuários avaliará periodicamente a eficácia da comunicação escrita e a continuidade do cuidado.

4.5 Diretrizes de comunicação interna e endomarketing

Foco social (ESG): promover engajamento, a saúde emntal e o sentimento de pertencimento do colaborador.

Canais internos: utilização de murais digitais, grupos de transmissão oficiais e reuniões de “gestão à vista” para disseminar metas e resultados.

Endomarketing estratégico: realização de campanhas sazonais (como outubro rosa e setembro amarelo) e programas de reconhecimento para valorização do capital humano.

Fluxo de Informação: garantir que decisões da alta gestão cheguem à ponta operacional de forma clara, evitando ruídos e promovendo a transparência.

Cultura de Segurança: campanhas contínuas sobre notificação de incidentes e protocolos de segurança do paciente, reforçando que a comunicação é a barreira principal contra erros.

4.6 Diretrizes para a comunicação médico-paciente e equipe multidisciplinar

Foco na humanização e segurança: garantir a compreensão total do diagnóstico e tratamento.

Linguagem acessível: os profissionais devem evitar termos técnicos excessivos, garantindo que o paciente compreenda riscos, benefícios e alternativas (técnica Teach-Back).

Comunicação de notícias difíceis: implementar o protocolo institucional para desfechos não esperados, priorizando a empatia, o tempo necessário para dúvidas e o suporte psicológico.

Transferência de cuidado (passagem de plantão): utilização de técnicas padronizadas (como o SBAR) para garantir que nenhuma informação crítica se perca entre turnos ou setores.

Escuta ativa: incentivar o paciente a participar de sua própria segurança, perguntando e confirmando as etapas de seu tratamento.

4.7 Diretrizes para marketing externo e posicionamento digital

Foco em governança e ética (ESG): comunicação baseada em evidências e respeito à privacidade.

Marketing de conteúdo: publicação de informações educativas e preventivas nas redes sociais e site, validadas tecnicamente para combater fake news.

Presença digital: manter informações atualizadas sobre serviços, hortários e canais de contato no google e redes sociais.

Ética e imagem: proibição estrita do uso de imagens de paciente (mesmo com tarxas) para fins comerciais, respeitando a LGPD e o Código de Ética Médica.

Responsabilidade ambiental: substituição progressiva de materiais de marketing impresso (folders e panfletos) por versões digitais via QR code.

Manual Brasileiro de Acreditação ONA 2026.
Diretrizes de Compliance e ESG (pacto global)
Lei geral de proteção de dados)LGPD)
Diretrizes internas.

VERSÃO	ITEM	NATUREZA DAS ALTERAÇÕES
00 02/03/2025	-	Criação do documento

ELABORAÇÃO: 02/03/2025	APROVAÇÃO: 02/03/2025
 Nataly Lourdes Fonseca Campideli Andrade	 Fernanda Avelar Pádua