

Santa Casa BH é bicampeã nacional do Prêmio Aberje de comunicação empresarial

Anúncio dos vencedores aconteceu em uma cerimônia realizada em São Paulo, no último dia 11 de dezembro; case sobre gestão de crise do incêndio no CTI, ocorrido em 2022, já havia ganhado a etapa regional.

A Santa Casa BH, maior instituição de saúde de Minas Gerais, acaba de ganhar mais um título nacional do Prêmio Aberje, considerado a principal vitrine da comunicação empresarial brasileira e uma das mais importantes premiações da América Latina. A organização foi a vencedora da categoria “Gestão de Crises Organizacionais”, com o case “O gigante ferido: Gestão de Crise do Incêndio no CTI do Hospital Santa Casa BH”, projeto que já havia conquistado a etapa regional, que engloba o estado de Minas Gerais e a região Centro-Oeste. A cerimônia de anúncio dos ganhadores foi realizada no Pátio Welucci, em São Paulo, no último dia 11 de dezembro, e contou com a presença de profissionais e empresas de todo o país.

O prêmio é promovido pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) e o troféu de vencedor nacional deste ano é o segundo que irá para a prateleira de premiações da Santa Casa BH, já que ela também ganhou em 2020, com o case “Batalha pela Vida”, relacionado à pandemia de Covid-19. No total, a instituição possui quatro títulos: dois regionais e dois nacionais.

Segundo a gerente de Comunicação e Marketing da Santa Casa BH, Raquel Ratton, o bicampeonato nacional é a coroação de um trabalho que, apesar de desafiador, foi executado com excelência. “Essa vitória é de muitas pessoas, de cada profissional que atuou incansavelmente durante a crise do incêndio, sobretudo dos nossos heróis que lutaram bravamente para salvar a vida dos nossos pacientes. Foram meses de entrega, em que a nossa maior prioridade era devolver para os mineiros os 50 leitos que foram desativados por conta do incidente”, relembra.

O case vencedor do Prêmio Aberje destaca que, diante de toda a visibilidade que tinha durante o período da crise, especialmente na imprensa, a Santa Casa BH viu uma oportunidade de levar para toda a sociedade a sua grandiosidade e relevância para a saúde de Minas e do Brasil, bem como as histórias de heroísmo dos profissionais que atuaram no incêndio. “Esse foi o ‘pulo do gato’. Continuamos a ser transparentes e ágeis, a prestar todos os esclarecimentos e assistência no que fosse necessário. Esses pilares eram inegociáveis na gestão da crise. Mas essa era, também, uma chance única de mostrarmos quem é a Santa Casa BH e o sentimento que move diariamente os colaboradores da instituição: fazemos o impossível todos dias para levar saúde de ponta para todos, sem distinção”, ressalta Raquel.

Com isso, a gerente de Comunicação e Marketing pontua que foi possível reverter o cenário negativo da crise, preservando a imagem e a reputação da gigante da saúde em Minas. “Criamos diversos conteúdos digitais, como uma websérie e um episódio de podcast; releases, uma campanha de financiamento coletivo para a reabertura dos leitos, eventos, entre outras ações. E os resultados evidenciam o sucesso da gestão. Pontuação dois deles: de junho de 2022, quando ocorreu o incêndio, a dezembro do mesmo ano, o número de citações positivas na imprensa superou as negativas. Além disso, conseguimos devolver os



50 leitos de CTI desativados já em novembro, apenas cinco meses após o incidente, um tempo recorde. Em resumo, mesmo diante da dificuldade, saímos ainda mais fortes”, salienta Raquel.

A premiação

O case da Santa Casa BH foi um dos 375 inscritos na 49ª edição do Prêmio Aberje, que contou com 18 categorias. Visando garantir a qualidade e o compliance na avaliação dos projetos, a Associação convida anualmente um corpo de jurados reconhecidos tecnicamente pelo mercado e pela área acadêmica da comunicação. Além disso, todas as etapas do concurso são acompanhadas por uma auditoria independente.

Raquel Ratton, juntamente com parte da sua equipe, recebeu o troféu das mãos dos apresentadores do prêmio, os jornalistas Milton Jung e Débora Freitas. “É um honra para a Santa Casa BH ser reconhecida em meio a tantas empresas que são referência em seus segmentos e que apresentaram cases extraordinários. Estamos muito felizes com essa vitória”, finalizou a gerente de Comunicação e Marketing.

Sugestão de fonte: Raquel Ratton – Gerente de Comunicação e Marketing da Santa Casa BH

