

Mídias Digitais e Ouvidoria: A Relação Entre os Cidadãos Baianos e os Perfis do Governo do Estado da Bahia no Instagram¹

Anna Beatriz dos SANTOS²

Kélvia Sales de LIMA³

Maria Luiza de Freitas SANTOS⁴

Bruna Gomes Lopes Sampaio SILVA⁵

Universidade do Estado da Bahia, Salvador, BA

RESUMO

O artigo foi produzido a partir da indagação que envolve o porquê do perfil oficial do Governo do Estado da Bahia no *Instagram* ser consideravelmente mais popular do que o perfil específico de ouvidoria do órgão público, situado na mesma rede social. Esta pesquisa tem como principal objetivo analisar como a maneira com a qual os cidadãos baianos utilizam as sessões de comentários das postagens feitas pelos perfis do Governo do Estado da Bahia e da Ouvidoria Geral da Bahia, ambos geridos pelo mesmo órgão estadual. Para desenvolver este estudo, reuniu-se um acervo teórico capaz de potencializar a discussão acerca do uso das mídias digitais por órgãos públicos, assim como o uso das ouvidorias. Diante disso, partiu-se do pressuposto de que as ouvidorias são práticas comuns em diversos órgãos públicos do Brasil, visto que são voltadas para o atendimento dos principais anseios dos cidadãos. Cada gestão decide e apresenta os meios escolhidos para manter esse contato com a população, seguindo as formas de ouvidoria pública brasileira mais comuns e tradicionais de ouvidorias: telefone, e-mail ou pessoalmente. Certas adaptações podem ocorrer para se adequar ao ritmo local, seja em relação aos avanços tecnológicos, ou a acessibilidade aos meios comunicacionais. A fim de segmentar e melhorar o trabalho de atendimento à população, modelos de ouvidorias públicas brasileiras foram classificadas e subdivididas em categorias intituladas de ouvidoria interna, interna com autonomia, interna com participação da sociedade civil, de

¹ Trabalho apresentado na IJ05 - Comunicação Multimídia do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

² Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social/Relações Públicas da UNEB, email: annabeatrizs14@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social/Relações Públicas da UNEB, email: kelviasalesl05@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social/Relações Públicas da UNEB, email: mluizafs.1@gmail.com

⁵ Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social/Relações Públicas da UNEB, email: bgllsilva@uneb.br

entidade de controle, interorgânica e extra orgânica. Segundo Lyra (2009), as ouvidorias públicas internas dispõem de características como a atuação voltada para a busca da eficácia e modernização administrativa, livre escolha na nomeação do titular, criação de cima para baixo, sem a participação do colegiado máximo da instituição. Assim como na esfera pública, as ouvidorias também são uma prática utilizada pelas redes privadas. Neste caso, para além de descobrir as falhas no atendimento ou problemas com os serviços e produtos, ambos os setores procuram otimizar a participação do público nos assuntos organizacionais, estabelecendo uma base mais sólida para esta relação. De acordo com Duarte (2009, p. 65), para que os indivíduos façam parte do desenvolvimento e das transformações das entidades, os canais de diálogos servem como um incentivo para que os cidadãos possam reivindicar os seus direitos e possibilitar mudanças expressivas na sociedade, visto que estarão envolvidos em todas as etapas de cada processo. Cada entidade é responsável por selecionar a forma de agir e institucionalizar a ouvidoria, geralmente as mudanças ocorrem de acordo com os objetivos de cada gestão, principalmente quando trata-se de um órgão público. Por esta razão, as ouvidorias não podem ser unificadas. Esse aspecto é perceptível ao observar que os cidadãos utilizam canais distintos para expressar os seus descontentamentos com certos serviços, visto que precisarão buscar a ouvidoria da prefeitura para assuntos municipais e a ouvidoria do estado para questões estaduais. Com o advento dos avanços tecnológicos, os órgãos públicos começaram a implantar as mídias e plataformas digitais em suas gestões, já que uma parcela considerável da população tem acesso diário à *internet*, o que facilita na divulgação de informações e auxilia no fortalecimento desse relacionamento. É comum encontrar perfis de órgãos, gestores, ministérios entre outros nas mídias digitais, principalmente no *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e na plataforma do *YouTube*. De acordo com Bernardo (2011, p.3), pessoas ou entidades que detém temas e valores a serem debatidos e partilhados fazem parte da estrutura conhecida como rede social. As redes sociais são palco para relacionamentos não hierárquicos entre os participantes, ou seja, cada usuário pode expor suas opiniões concordando ou não com algum assunto. Este tipo de comportamento pode ser encontrado nas mídias sociais dos órgãos públicos, visto que os internautas querem exercer os seus direitos democráticos enquanto cidadãos. A sociedade se adaptou de maneira diferente aos perfis dos órgãos públicos no âmbito digital, pois, apesar de serem majoritariamente de cunho informativo, alguns usuários o

compreendem como um espaço para fazer denúncias, solicitações, críticas e elogios. Originalmente, esses diálogos deveriam ocorrer por meio dos canais próprios de ouvidoria, já que de acordo com Iasbeck (2010, p.18) este canal serve para a produção, reprodução e modificação de informações que resultam na transformação de realidades. Estimular a participação social é essencial para a construção de novos cenários e melhorias na qualidade de vida, principalmente quando é uma entidade que faz a gestão de uma prefeitura ou governo do estado. Estes órgãos têm o dever de apresentar diferentes canais para escutar as reivindicações dos membros da sociedade, porém, em alguns casos, isso parece estar em segundo plano. Um aspecto importante para facilitar o acesso dos indivíduos aos canais de ouvidoria é a divulgação eficiente e ampla. Quando isso não ocorre, os membros da sociedade podem sentir a necessidade de procurar outras alternativas em busca de respostas, dentre elas as manifestações em massa nos perfis oficiais dos órgãos públicos e do gestor responsável, ou até mesmo protestos nas ruas, já que os cidadãos querem encontrar uma forma de serem ouvidos. Portanto, direcionar quais canais de ouvidoria estão à disposição para acolher as queixas pode evitar grandes manifestações, e conseqüentemente preservar a imagem positiva do órgão público. Com base na revisão teórica estabelecido sobre as novas usabilidades das mídias digitais que se comparam com as características de uma ouvidoria, a metodologia utilizada para desenvolver o artigo foi a análise de algumas interações entre seguidores e os perfis do Governo do Estado da Bahia e da Ouvidoria Geral da Bahia, nas sessões de comentários de suas postagens que foram feitas no período de 01 de junho a 01 de julho de 2021, pelos perfis geridos pelo órgão público estadual. As análises foram feitas separadamente para que fosse possível compreender as particularidades de cada perfil e das suas interações com o público, tornando possível compreender quais são os aspectos que contribuem para que os usuários recorram mais ao perfil informativo do estado, do que ao perfil da ouvidoria. Ao concluir o estudo, surgiram hipóteses capazes de explicar o motivo pelo qual o perfil do Governo do Estado da Bahia é mais utilizado pelos cidadãos baianos como uma espécie de canal de atendimento, do que o perfil da Ouvidoria Geral da Bahia. Dentre elas, foi possível supor que o perfil oficial do órgão estadual é mais popular por ter um alcance maior, visto que possui cerca de 350 mil seguidores a mais do que o perfil da ouvidoria estadual. Além disso, outra hipótese seria a ausência de uma ampla divulgação feita pelo perfil do estado, já que este não utiliza a sua visibilidade para

divulgar a Ouvidoria Geral da Bahia pois não disponibiliza *links* de acesso para que os usuários sejam redirecionados para o perfil da ouvidoria. Por fim, a terceira hipótese levantada diz respeito à falta do selo de verificação no perfil da ouvidoria, já que estes selos são cedidos pelo *Instagram* para que as pessoas consigam identificar a autenticidade da conta. A ausência do selo de verificação pode resultar na desconfiança dos cidadãos de que aquele perfil realmente pertence ao órgão público estadual e, por isso, preferam recorrer ao perfil oficial do Governo do Estado, tendo em vista que este possui o símbolo de verificado. Com a conclusão da pesquisa, faz-se necessário ressaltar as contribuições deste artigo para a área da Comunicação, uma vez que ele possibilita a expansão do acervo de estudos voltados para a relação entre público e organização nas mídias sociais, contribui para a ampliação de pesquisas que observam o comportamento dos usuários nas redes sociais e expande as discussões sobre a importância das ouvidorias na era digital e as suas transformações.

PALAVRAS-CHAVE: ouvidoria; mídias digitais; órgão público; relacionamento; *Instagram*.

REFERÊNCIAS

BERNARDO, Danylo Santos. **Evolução na comunicação: estudos nas redes sociais**. Projeto de pesquisa (Mestrado em Comunicação) – Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, 2011. Disponível em: https://www.uscs.edu.br/pesquisasacademicas/images/pesquisas/danylo_elias.pdf. Acesso em: 25 jun. 2021

DUARTE, Jorge. Instrumentos de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública – Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. **Ouvidoria é Comunicação**. Revista *Organicom*, ano 7, n. 12, 1º Semestre de 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/articulo/view/139045/134393>. Acesso em: 27 jun. 2021.

Lei da Ouvidoria: descubra o que é e como adequar-se a ela. 1Doc: Disponível em: <https://1doc.com.br/governo/2017/11/22/lei-da-ouvidoria-descubra-o-que-e-e-como-adequar-se-a-ela/> Acesso: 25 jun. 2021.

LOPES, Fernanda Luise B. **A ouvidoria pública como instrumento de controle social: a importância da gestão participativa como indutora de política pública**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2014. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fpabramo.org.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/379/TCC%20-%20Fernanda%20Luise%20B.%20Lopes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 jun. 2021.

LYRA, R. P.; PINTO, E. (Orgs.). **Modalidades de ouvidoria pública no Brasil**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2009.

SANTOS, Marcel Mascarenhas dos. **Ouvidoria Pública como instrumento de participação social e função essencial à gestão pública moderna**. São Paulo: Revista Científica da Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman (ABO), 2017. p. 47-63. Disponível em: <http://www.abonacional.org.br/files/revista-abo-ano1-n1-2017-2018.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2021.

WEBER, Maria Helena. **Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania. São Caetano do Sul, SP: Editora Difusão, 2011.