



Sobre a presença de ‘Ouvidorias’ Virtuais em Hospitais Universitários Brasileiros¹

Gabriela Sarmiento²

Rebeca Escobar³

Profª Dr. Cleusa Maria Andrade Scroferneker⁴

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, RS

RESUMO

A necessidade de interagir virtualmente com diferentes segmentos de públicos tem levado as organizações a investirem em comunicação digital. Sob essa perspectiva destacam-se as ‘Ouvidorias’ virtuais entendidas no projeto como todas as modalidades disponibilizadas nos sites/portais das organizações para interagirem virtualmente com seus públicos, normalmente, são identificadas como Fale Conosco, Contatos, Contato e /ou Ouvidoria (SCROFERNEKER, 2010). O presente texto apresenta os resultados parciais da pesquisa que está sendo desenvolvida desde 2010 sobre “As ‘ouvidorias’ virtuais em Hospitais Universitários Brasileiros”. A metodologia utilizada contemplou análises mensais dos sites/portais dos Hospitais Universitários (HU’s) e entrevistas em profundidade com Ouvidores e/ou responsáveis pelas Ouvidorias.

PALAVRAS-CHAVE

‘Ouvidorias’ virtuais; Hospitais universitários, Comunicação organizacional.

Um breve introdução...

O presente texto apresenta os resultados parciais da pesquisa que está sendo desenvolvida desde 2010 sobre “As ‘ouvidorias’ virtuais em Hospitais Universitários Brasileiros” (HU’s). A metodologia utilizada contemplou análises mensais dos sites/portais dos Hospitais Universitários (HU’s) e entrevistas em profundidade com Ouvidores e/ou responsáveis pelas Ouvidorias, com o objetivo de analisar como os

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Bolsista de Iniciação Científica do programa Institucional da Universidade – BPA/PRAIAS 2012/2013 e aluna do 7º semestre do Curso de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – Famecos/PUCRS. Email: gabriela.sarmiento@acad.pucrs.br

³ Bolsista PIBIC/CNPq 2012/2013 e aluna do 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – Famecos/PUCRS. Email: rebeca.escobar@acad.pucrs.br

⁴ Coordenadora do Projeto. Professora Titular da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – Famecos/PUCRS. Doutorado em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP. Bolsista PQ/CNPq. Email: scrofer@pucrs.br



hospitais universitários brasileiros disponibilizam as diferentes modalidades das suas ‘ouvidorias’ virtuais.

A análise mensal dos sites/portais contemplou uma amostra de 36 HU’s definida a partir dos seguintes critérios: possuir a nomenclatura de Hospital Universitário (HU) ou algum tipo de dependência financeira com Instituições de Ensino Superior; constar da relação de HU’s reconhecidos pelo Ministério da Educação (MEC) e pertencer à Associação Brasileira de Hospitais Universitários e de Educação. Com base nesses critérios identificou-se 50 HUs. A essa amostra foi aplicado um quarto critério: disponibilizar alguma modalidade de ‘ouvidoria’ virtual. Foram então definidos 36 Hospitais Universitários para análise. Tem por base a amostra estabelecida, procedeu-se a análise dos sites/portais em relação aos aspectos de nomenclatura, que varia entre expressões como ‘Fale Conosco’, ‘Contatos’, entre outras; acessibilidade, identificada como fácil ou difícil; e formas de contato que alternam entre e-mail, formulário, bem como as duas possibilidades (SCROFERNEKER, 2011). Em 2012, passamos a monitorar a presença dos Hospitais Universitários nas mídias sociais, através de perfis oficiais. Cabe destacar que estabelecemos como perfis sociais aqueles que possuem ícones de acesso nos sites/portais dos HU’s. Simultaneamente à análise dos sites/portais e ao monitoramento das mídias sociais, em novembro de 2012, foram entrevistadas as ouvidoras de dois Hospitais Universitários de Porto Alegre,

Também, em 2012, em parceria com o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Computação da Faculdade de Informática da Universidade foi ampliado o protótipo, ou seja, “uma primeira tentativa de aproximação do que se entende no projeto por modelo, uma possibilidade da construção de um espaço de interação virtual que atenda especificamente às necessidades e expectativas desse hospital.” (SCROFERNEKER, 2012).

Sobre as análises realizadas.

Em relação à acessibilidade aos links das páginas das ‘ouvidorias’ virtuais nos sites/portais dos HUs, constatou-se que o acesso é fácil e ágil em média 76,8%. Cabe ressaltar que o percentual de links com problemas técnicos é maior que os categorizados como difícil. Esta característica é definida pelo posicionamento que o link da ouvidoria ocupa nos sites/portais. Foram considerados de fácil acesso os links que estão na página

inicial e considerados de difícil acesso os que necessitam de navegação mais aprofundada para serem localizados. (GRÁFICO 1)

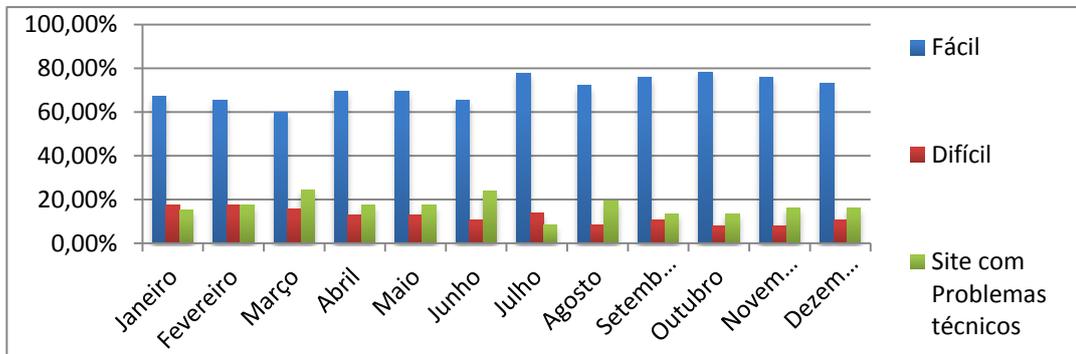


Gráfico 1 – Acessibilidade às ‘ouvidorias’ virtuais nos sites/portais dos HUs.

Fonte: Elaborado pelas bolsistas SARMENTO, Gabriela (BPA/Edital PRAIAS 2012) e ESCOBAR, Rebeca (PIBIC/CNPq Edital 2012-2013) com base na pesquisa.

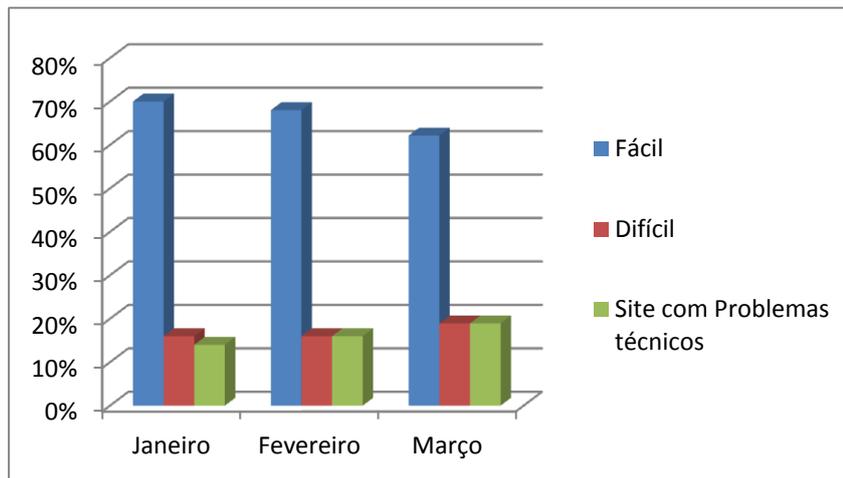


Gráfico 2 - Acessibilidade às ‘ouvidorias’ virtuais dos HU’S nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2013.

Fonte: Elaborado pelas bolsistas SARMENTO, Gabriela (BPA/Edital PRAIAS 2012) e ESCOBAR, Rebeca (PIBIC/CNPq Edital 2012-2013) com base na pesquisa.

Entendemos que a acessibilidade (FIGURA 1 e 2) facilita sobre maneira a navegabilidade, pois de acordo com Nielsen e Tahir (2002, p. 19)

Como o objetivo principal de uma homepage é facilitar a navegação em todo o lugar do site, é fundamental que os usuários consigam encontrar sem muito trabalho a área de navegação adequada, distinguir as opções e ter uma noção de que existe por trás dos links

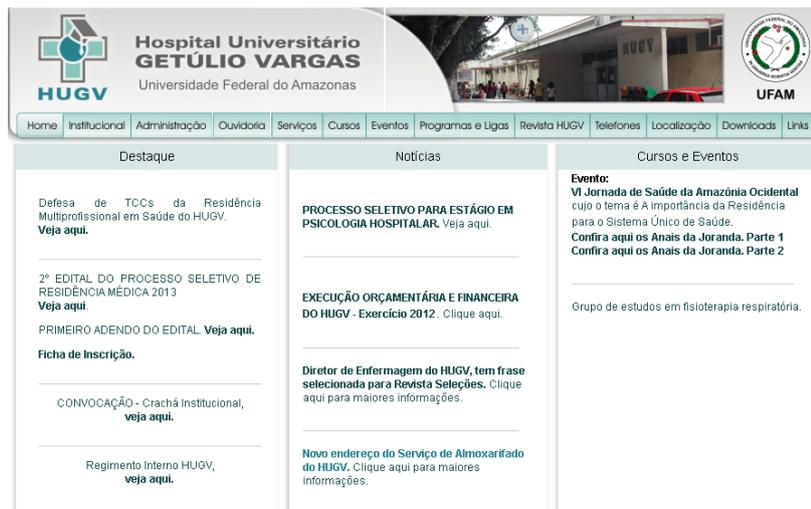


Figura 1 - Site/porta com link para ouvidoria de fácil acesso.

Fonte: site/porta Hospital Universitário Getúlio Vargas. Disponível em: <http://www.hugv.ufam.edu.br/> (Acesso em 19/04/2013).



Figura 2 – Site/porta com link para ouvidoria de difícil acesso.

Fonte: site/porta Hospital Universitário Dr. Miguel Riet Corrêa Júnior. Disponível em: <http://www.hu.furg.br/> (Acesso em 19/04/2013).

Quanto à nomenclatura, observamos que os hospitais em sua maioria utilizam o termo ‘Ouvidoria’, seguido do ‘Fale Conosco’ (GRÁFICO 3/FIGURA 3 e 4). Destacamos no mês de março de 2013, a utilização simultânea de ambas expressões (GRÁFICO 4/FIGURA 3). Cabe ressaltar que foram classificados como outros termo como: Fale com a UFMAT e Humanização.

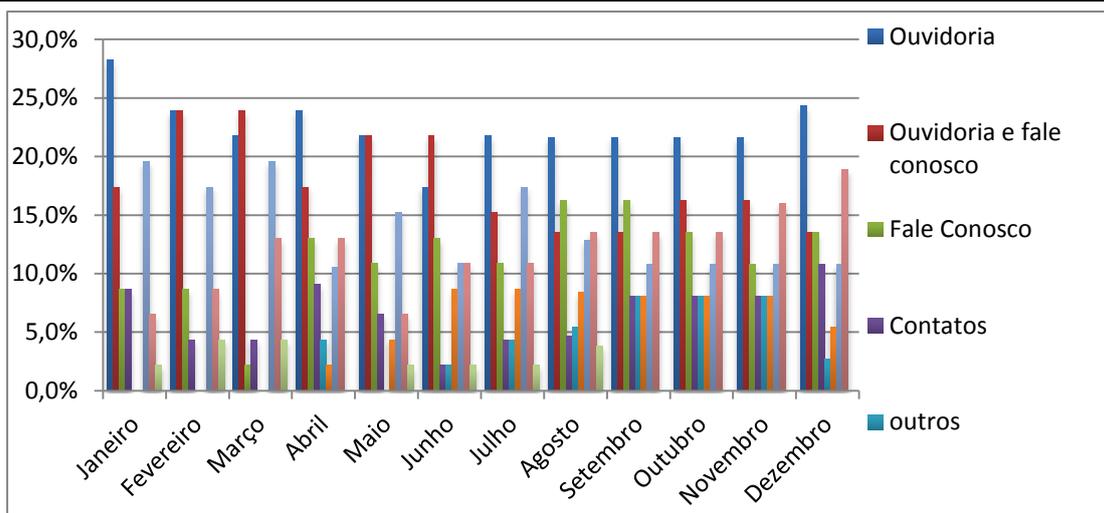


Gráfico 3 – Nomenclatura utilizada pelos HU's nos sites/portais.

Fonte: Elaborado pelas bolsistas SARMENTO, Gabriela (BPA/Edital PRAIAS 2012) e ESCOBAR, Rebeca (PIBIC/CNPq Edital 2012-2013) com base na pesquisa.

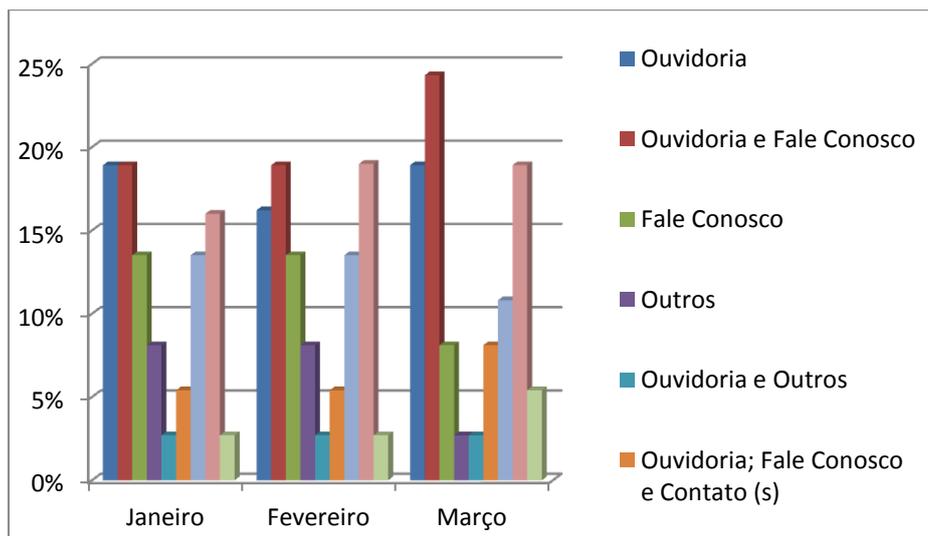


Gráfico 4 – Nomenclatura utilizada pelos HU's nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2013. Fonte: Elaborado pelas bolsistas SARMENTO, Gabriela (BPA/Edital PRAIAS 2012) e ESCOBAR, Rebeca (PIBIC/CNPq Edital 2012-2013) com base na pesquisa.



Figura 3 – Site/porta com nomenclatura disponibilizada como Fale Conosco e Ouvidoria.

Fonte: site/porta Hospital Universitário Walter Cantídio. Disponível em: <http://www.huwc.ufc.br/> (Acesso em 19/04/2013).



Figura 4 – Site/porta com nomenclatura disponibilizada como Ouvidoria.

Fonte: site/porta Hospital Universitário Getúlio Vargas. Disponível em: <http://www.hugv.ufam.edu.br/> (Acesso em 19/04/2013).

No que se refere às Formas de Contato, o e-mail é a opção disponibilizada com mais frequência, seguido do formulário (GRÁFICO 5/FIGURA 5 e 6). Destacamos ainda os sites/portais onde estão disponíveis as duas opções.

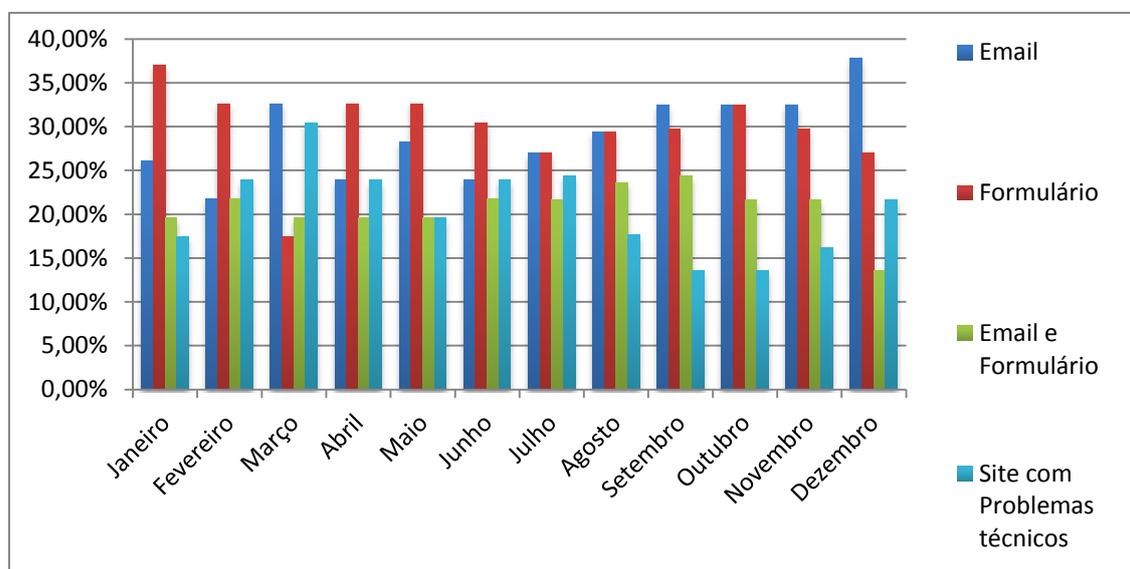


Gráfico 5 – Sobre as Formas de Contato disponibilizadas nos sites/portais dos HU's. Fonte: Elaborado pelas bolsistas SARMENTO, Gabriela (BPA/Edital PRAIAS 2012) e ESCOBAR, Rebeca (PIBIC/CNPq Edital 2012-2013) com base na pesquisa.

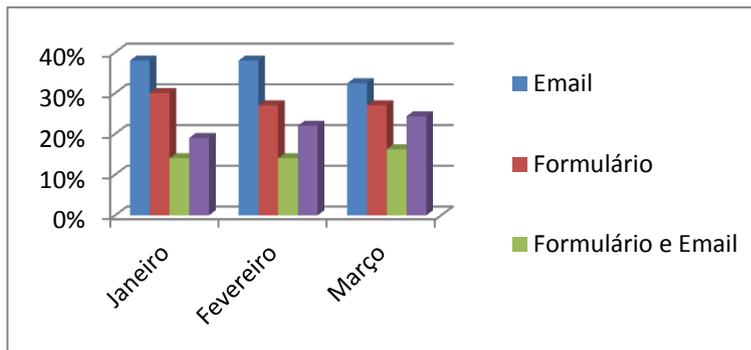


Gráfico 6 - Formas de contato disponibilizadas nos sites/portais dos HU's nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2013. Fonte: Elaborado pelas bolsistas SARMENTO, Gabriela (BPA/Edital PRAIAS 2012) e ESCOBAR, Rebeca (PIBIC/CNPq Edital 2012-2013) com base na pesquisa.



Figura 5 - Site/porta com e-mail como forma de contato disponibilizada. Fonte: site/porta Hospital Universitário de Brasília. Disponível em: <http://www.hub.unb.br/> (Acesso em 19/04/2013).

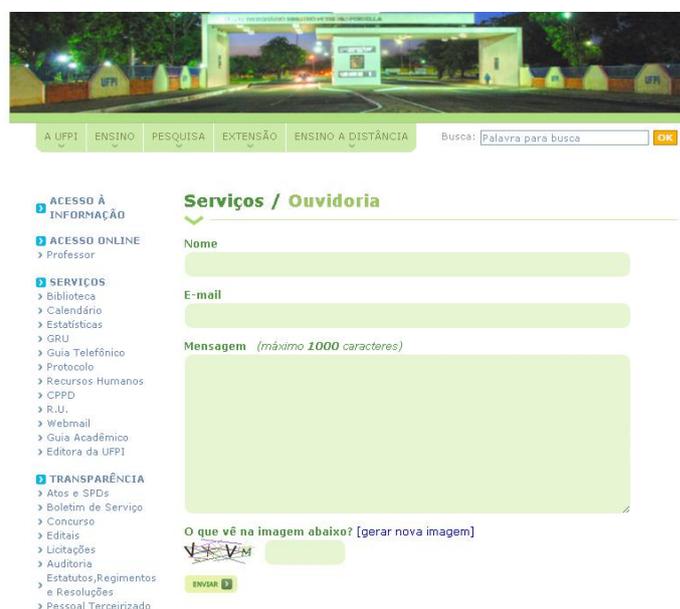


Figura 6 - Site/porta com formulário como forma de contato disponibilizada.

Fonte: site/porta Hospital Universitário da Universidade Federal do Piauí. Disponível em: <http://www.ufpi.br/hu/> (Acesso em 19/04/2013).

Como já mencionado, em 2012 incluímos na análise a presença [ou não] dos hospitais universitários nas mídias sociais. Foram definidos como oficiais os perfis mencionados no site/porta do hospital e não apenas a citação de seu nome na web. De acordo com Telles (2011, p.19) “várias pessoas confundem os termos redes sociais e mídias sociais, muitas vezes usando-os de forma indistinta”. Para o autor, rede social é uma categoria de mídias sociais, que é um conceito mais abrangente: “são sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos” (TELLES, 2011, p.19). Para Recuero (2012, p.16) “As redes sociais são as estruturas dos agrupamentos humanos, constituídas pelas interações, que constroem os grupos sociais”. O *Facebook*, o *Orkut* e o *Twitter*, de acordo com a referida autora são ferramentas que “[...] que pertencem à categoria cada vez mais popular dos ‘sites de rede social’ (grifo da autora), ou ferramentas que proporcionam a publicação e a construção de redes sociais” (RECUERO, 2012, p.16).

Conforme dados obtidos, a rede social mais utilizada pelos HU's é o Twitter, inclusive com crescente adesão nos meses de novembro e dezembro. Cabe ressaltar que, apesar do número significativo de instituições que possuem Twitter, este é utilizado para divulgar informações institucionais como palestras e simpósios, e não propriamente para estabelecer diálogo com os públicos. A segunda rede social onde os HU's possuem perfil é o Facebook, entretanto, também podemos observar mensagens com as mesmas características das mencionadas no Twitter (GRÁFICO 7).

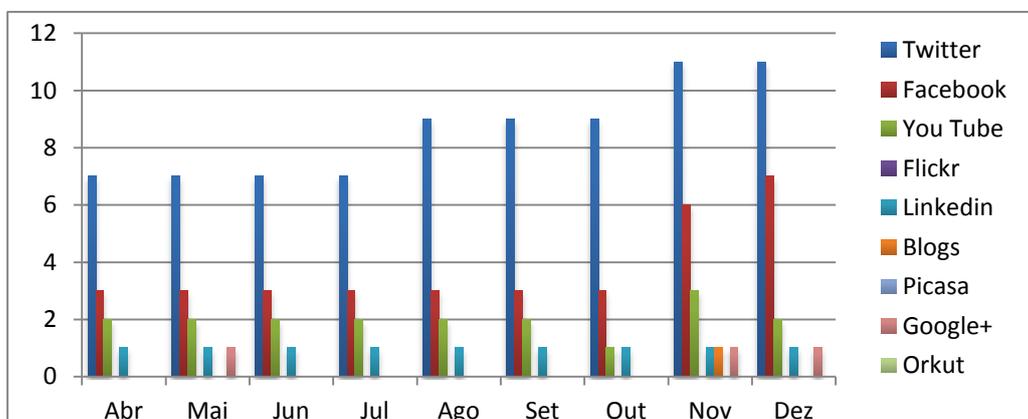


Gráfico 7 - Utilização das redes sociais pelos hospitais universitários. Fonte: Elaborado pelas bolsistas SARMENTO, Gabriela (BPA/Edital PRAIAS 2012) e ESCOBAR, Rebeca (PIBIC/CNPq Edital 2012-2013) com base na pesquisa.



Ao analisarmos o perfil oficial do Hospital Universitário Clementino Fraga Filho (UFRJ), observamos que predominam informações referente a eventos institucionais e notícias relacionadas à participação da instituição em congressos sobre a área da saúde, com veiculação de imagens inclusive (FIGURA 7).



Figura 7 - perfil oficial Hospital Universitário Clementino Fraga Filho.

Fonte: Twitter. Disponível em: https://twitter.com/hucff_ufrj (Acesso em 19/04/2013).

Apesar do predomínio de informações sobre eventos institucionais e notícias relacionadas à área da saúde, no mês de abril observamos que uma mensagem enviada por um usuário foi respondida, entretanto, quando este encaminhou a segunda solicitação, aparentemente não recebeu retorno, ao menos pelo Twitter. Com esta informação acredita-se que as mídias sociais possam ser utilizadas como modalidades de ‘ouvidorias’ virtuais, embora ainda predomine o caráter informacional nos perfis.

Sobre as entrevistas realizadas...

No que se refere às entrevistas em profundidade, foram realizadas duas, com o intuito de obter informações sobre o funcionamento, as práticas e as principais demandas e os públicos que recorrem às diferentes modalidades de ouvidorias disponibilizadas por esses hospitais. Por questões éticas, os Hospitais e as ouvidorias são identificadas por A e B.

Na entrevista realizada no Hospital Universitário A, a ouvidora formada em Serviço Social, trabalha nessa função há onze anos, possui sala própria e uma equipe composta por uma funcionária. A ouvidoria está vinculada ao Setor de Marketing e à



Direção da Instituição. e quando necessário, tem respaldo jurídico para casos mais delicados. Recebe em média 350 ouvidorias por mês, número relativamente baixo, por se tratar da área da saúde, segundo a ouvidora.

A ouvidora do Hospital Universitário B é formada em Comunicação Social – Relações Públicas. A Ouvidoria existe há catorze anos e também possui sala própria e uma funcionária, estando vinculada a área de Relacionamento que, por sua vez, vincula-se à Direção Geral e Administrativa da Instituição. Quanto à Ouvidoria e ao Fale Conosco a ouvidora B comentou que virtualmente a nomenclatura utilizada é o Fale Conosco e em sua modalidade presencial é a Ouvidoria, ambas possibilidades estão sob a sua coordenação. Para a ouvidora B há diferença de demandas entre ambas, no sentido que no Fale Conosco predomina a busca por informações e na Ouvidoria predominam as reclamações. A ouvidora B destaca que há uma conotação diferente entre o Fale Conosco e a Ouvidoria, que no Hospital Universitário B remete a uma ideia de reclamação. O que não acontece na Ouvidoria do Hospital Universitário A, pela gestão que a ouvidora A emprega de solicitar a formalização da Ouvidoria sempre por email.

Quando questionada sobre a Ouvidoria e o Fale Conosco a ouvidora A as entende como possibilidades diferentes, pois para ela, o Fale Conosco está associado à solicitação de informação. Esse é o mesmo entendimento da Ouvidora do Hospital B. Tanto no Hospital Universitário A quanto no Hospital Universitário B as ouvidoras consideraram o trabalho e a importância da ouvidoria reconhecida pelos demais setores dos hospitais. Também em ambos Hospitais Universitários as ouvidoras entendem o papel da ouvidoria como a mediação entre o manifestante e o hospital. Ou seja, o manifestante chega a ouvidora com uma demanda e é papel da ouvidoria ouvir, acolher e encaminhar buscando soluções e mediando os conflitos entre a instituição e os clientes.

Em ambos os HUs não há utilização de programas de armazenamento e processamento de dados que possam gerar relatórios ou informações que possibilitem maior compreensão das demandas. As demandas são digitadas em tabelas de excel para controle das ouvidorias. Essa tabulação gera um relatório com gráficos informativos sobre as demandas que são encaminhadas à Direção, sendo todos esses relatórios feitos de forma manual. Também ambos HUs não usufruem de mídias sociais oficiais. O que acontece que no HUs B há uma parceria com a Instituição de Ensino (IES) para alguma divulgação e monitoramento de quaisquer caso que por ventura surjam na rede. Quanto



aos manifestantes que mais recorrem à ouvidoria do Hospital predominam os pacientes e familiares, enquanto na ouvidoria do Hospital B há o predomínio de familiares e acompanhantes.

Sobre o protótipo...

Para a elaboração de um protótipo de ‘ouvidoria’ virtual escolheu-se um Hospital Universitário para trabalhar as demandas, da ouvidoria. O HU em questão tem a característica de predominância de ouvidoria presencial, sendo a virtual apenas uma extensão de seu formulário padrão. Assim após a assinatura de termos de confidencialidade, e com o protótipo de ‘ouvidoria’ virtual foram agendados no final de 2012 alguns horários para captação de dados. Durante o início da captação e em grande parte do tempo fomos acompanhados por um funcionário da ouvidoria, deste hospital, que nos esclareceu muitas demandas de difícil compreensão. Por lembrar-se de muitos dos ocorridos nos auxiliou na interpretação real do manifestante, que muitas vezes pode estar expressa, inicialmente, de forma confusa, no registro.

Ao desenvolver um projeto onde os sistemas de ouvidorias virtuais o objetivo é que se tornem sistemas que propiciem um ambiente com dados analíticos, visando identificar comportamentos, correlações e tendências que facilitem a comunicação entre os manifestantes e as ouvidorias.

O processo de captação continua em andamento e tem como finalidade identificar quem são os manifestantes que recorrem a ouvidoria, no sentido de que nem sempre é o paciente o manifestante, muitas vezes trata-se de um familiar ou amigos próximos. Também é de interesse o levantamento de qual é a maior demanda que chega às ouvidorias dentre algumas há, por exemplo, reclamações, informações, elogios, entre outros. Bem como determinar a origem destas demandas. Ou seja, determinar de onde as demandas proveem (setores).

Algumas considerações...

“A virtualização dos processos comunicacionais das organizações, e especialmente, no caso de uma ‘ouvidoria’ virtual redefine os relacionamentos nos espaços organizacionais internos e externo (SCROFERNEKER, 2007).” No que refere-



se a aproveitamento das informações que as ‘Ouvidorias’ Virtuais geram observamos que ainda não são utilizados para aprimorar o relacionamento e a comunicação. Detacamos que o fato dos Hospitais Universitários terem em seus portais, um indicativo às ‘ouvidorias’ virtuais não garante efetivamente a interação do mesmo com seus diversos públicos.

REFERÊNCIAS

NIELSEN, Jakob e TAHIR, Marie. Homepage Usabilidade: 50 Websites Desconstruídos. Ed. RJ: Campos, 2002.

RECUERO, Raquel. A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. **Ouvidorias virtuais de Hospitais Universitários: lugar de comunicação ou espaços de incomunicação?** Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, CE: Intercom, 2012. Disponível em <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2211-1.pdf>

_____. AMORIN, Lidianie Ramirez de. e SILVA, Diego Wander de. **Redes sociais: ‘novas’ modalidades de ‘ouvidorias’ virtuais**, Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação [recurso eletrônico]. São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2149-1.pdf>

_____. **(RE) Visitando as ‘ouvidorias’ virtuais em Instituições de Ensino Superior**. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação [recurso eletrônico]. São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2957-1.pdf>

_____. **A interatividade (im)possível: as Relações Públicas e a gestão dos blogs organizacionais**. INTERCOM 2007. Santos, SP. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação [recurso eletrônico]. São Paulo: Intercom, 2007.

TELLES, André. A revolução das Mídias Sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas. São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda, 2011.