

OUVIDORIA: sintonia comunicacional para êxito institucional.

Tânia Santos Cavalcante Santana¹
Chussy Karlla Souza Antunes (orientadora)²

RESUMO

Sendo a ouvidoria um instrumento de transparência, indispensável à garantia de impessoalidade e qualidade no exercício da função pública, e que auxilia o cidadão em suas relações com o controle de qualidade do serviço público, é muito importante o entendimento por parte do público interno da instituição sobre o papel desenvolvido pela mesma. Nesse contexto surge a indagação: Os funcionários das organizações que tem ouvidoria sabem do papel da ouvidoria e de sua relação para com ela? Com o intuito de responder esse questionamento, foi desenvolvida uma pesquisa de campo destinada aos gestores da Ouvidoria do CISAM, com a finalidade de mensurar o grau de conhecimento do trabalho desempenhado pela ouvidoria. A pesquisa constou de um questionário composto de sete perguntas, através do qual foi percebido que os pesquisados têm conhecimento da função da ouvidoria, o que os torna mais determinados e comprometidos com o papel que cada um tem a exercer dentro desta instituição.

Palavras-chave: Ouvidoria. Comunicação. Público Interno.

ABSTRACT

Since the ombudsman a transparency tool, essential to ensuring impartiality and quality in the exercise of public office, and that helps the citizen in his relations with the quality control of public service is very important to the understanding by the public institution's internal about the role played by it. In this context the question: Employees of organizations that have know ombudsman ombudsman's role and its relationship to her? Aiming to answer this question, we developed a field research aimed to the managers of the Ombudsman CISAM, with the purpose of measuring the degree of knowledge of work performed by the ombudsman. The survey consisted of a questionnaire consisting of seven questions, whereby it was realized that the respondents are aware of the role of ombudsman, which makes them more determined and committed to the role each has to perform within this institution.

Keywords: Ombudsman. Communication. Internal Audience.

¹ Aluna do Curso de Pós-Graduação em Ouvidoria pela Escola Superior de Relações Públicas (ESURP); Graduada em Estudos Sociais pela Faculdade de Formação de Professores de BELO JARDIM-PE – FABEJA; Ouvidora Setorial do Centro Integrado de Saúde Amaury de Medeiros (CISAM). E-mail: tianasantosupe@hotmail.com.

² Mestre em Gestão Pública pelo Mestrado Profissional em Gestão Pública para o desenvolvimento do Nordeste (MPANE) da UFPE; Ouvidora Central da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco; Especialista em Ciência Política Teórica e Prática no Brasil – UNICAP; Especialista em Planejamento Educacional e Administração Escolar – UFPE. E-mail: chussysa@gmail.com.

1-INTRODUÇÃO

A Ouvidoria busca estreitar o relacionamento com o cidadão através de um canal oficial e direto de comunicação, atuando como um agente facilitador com o objetivo de zelar para que o órgão atue com eficiência perante a sociedade na qual está inserido. Nesse sentido, a importância de medir o grau de conhecimento do público interno do CISAM, sobre o papel desempenhado pela Ouvidoria visa mensurar como este público compreende as atividades desenvolvidas por ela e, ainda, conscientizá-los, se necessário, que a falta de informação sobre a missão da Ouvidoria gera descompromisso com os direitos e interesses dos usuários, comprometendo assim, as ações desenvolvidas pelo órgão.

2-COMUNICAÇÃO CORPORATIVA PARA BOM DESEMPENHO DA OUVIDORIA

Considerada a maior maternidade de Pernambuco em número de atendimentos, o Centro Integrado de Saúde Amaury de Medeiros - CISAM é referência no Estado na assistência à gestante de alto risco e na capacitação de profissionais, na área de assistência integral à mulher.

Fundado em janeiro de 1947, o CISAM teve sua origem na Maternidade da Encruzilhada e no Centro de Saúde Amaury de Medeiros³, ambos pertencentes à Secretaria de Saúde de Pernambuco.

Em 1973, a antiga Fundação de Ensino Superior de Pernambuco (FESP), hoje Universidade de Pernambuco – UPE assumiu a administração dessas instituições, incorporando-as como Hospital de Ensino.

Ao longo dos anos 90, novas políticas gerenciais foram implantadas no Brasil por alguns hospitais públicos, resultando na criação de serviços de ouvidoria.

Verificou-se que as Ouvidorias hospitalares foram implantadas com a finalidade de ouvir os dizeres sobre a qualidade de seu atendimento. Constituíam-se, portanto, em modalidades institucionais para verificar as suas falhas. Essas falhas indicavam problemas estruturais e de funcionamento. Hirschman (1973) reforça esse posicionamento quando afirma

³ Amaury de Medeiros: Médico Sanitarista, nasceu no Recife, no dia 7 de dezembro de 1893, no bairro da Parnamirim. Foi aluno do Ginásio Pernambucano no curso secundário e bacharelou-se em Medicina pela Faculdade do Rio de Janeiro. Morreu no dia 3 de dezembro de 1928, às vésperas de completar 36 anos, vítima de um acidente no Rio de Janeiro.

que os hospitais se deparavam com problemas de racionalidade, de ética ou de comportamento funcional.

A Ouvidoria do CISAM está relacionada em rede, quanto aos seus procedimentos operacionais, à Ouvidoria Central da UPE, que por sua vez está ligada à Ouvidoria Geral do Estado, e hierarquicamente, se relaciona com a administração do CISAM, o que causa influencia sobre a importância da mesma junto a seus colaboradores. Há uma necessidade que os públicos da ouvidoria estejam sensibilizados, não apenas pela força de poder hierárquica da instituição, mas diante da importância de seu papel. Esse ponto de vista é reforçado por Margarida Kunsch (2003, p.93) quando afirma que *“Um público pode facilitar ou impedir a capacidade de uma empresa para atingir seus objetivos”*.

Centurião (2003, p.61), descreve como missão primordial do Ouvidor a preservação da imagem da organização, quando afirma, que *“Preservar a imagem da organização, evitando – através de sua intervenção rápida e eficaz – que determinados episódios decorrentes de falhas internas ou mal-entendidas alastrem-se na opinião pública é missão primordial do ouvidor/ombudsman.”*. Para tanto, é importante que todos façam a sua parte, e estejam afinados quanto à importância da Ouvidoria, para que seja possível a sua atuação.

Perussato (2000) confirma isso quando afirma que o grande desafio, nesta época em que prestar serviço é essencial, está em fazer com que as pessoas da organização se integrem à nova sistemática e modifiquem o seu comportamento, que deverão estar orientados para agregação contínua de valores para o cliente. Paulo Nassar (2004, p.10) concorda com essa informação quando menciona que um agregador é a *“comunicação corporativa tão importante que não pode ficar nas mãos só dos comunicadores”*, mas de todos os envolvidos.

Tomando como pressuposto essas informações, desenvolveu-se este estudo de caso, a fim de entender o grau de conhecimento do Público Interno do CISAM sobre o papel da Ouvidoria, pois se entende que a sintonia comunicacional é indispensável para se obter êxito perante a instituição e os seus públicos.

3-METODOLOGIA

A realização desta pesquisa consistiu na aplicação de questionários padronizados de cunho quantitativo e constou de 6 (seis) questões fechadas e 1 (uma) aberta. A pesquisa foi aplicada no ambiente interno do CISAM no turno diurno durante o mês de setembro de 2009. A amostra foi de colaboradores previamente escolhidos, com perfil de *formadores de*

*opinião*⁴, critério este determinado pela pesquisadora. Utilizou-se a técnica *Survey*, de acordo com os ensinamentos de Hoppen (1998). Os *Surveys* são muito semelhantes a censos, mas deles se diferenciam porque examinam somente uma amostra da população (enquanto o censo geralmente implica uma enumeração da população toda). São muito utilizados em pesquisas de opinião pública, Babbie (1999, p.519) esclarece que:

Pesquisa de survey se refere a um tipo particular de pesquisa social empírica, mas há muitos tipos de survey. O termo pode incluir censos demográficos, pesquisas de opinião pública, pesquisas de mercado sobre preferências do consumidor, estudos acadêmicos sobre preconceito, estudos epidemiológicos etc. Surveys podem diferir em termos de objetivos, custos, tempo e escopo. (grifo nosso)

Também foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que de acordo com Cervo & Bervian (2005, p.65) “*Procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos os casos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema*”.

Este tipo de pesquisa constitui parte da pesquisa descritiva ou experimental, quando objetiva recolher informações e conhecimento prévio acerca de um problema para o qual se procura resposta ou a cerca de uma hipótese que se quer experimentar.

4-ANÁLISE DOS DADOS

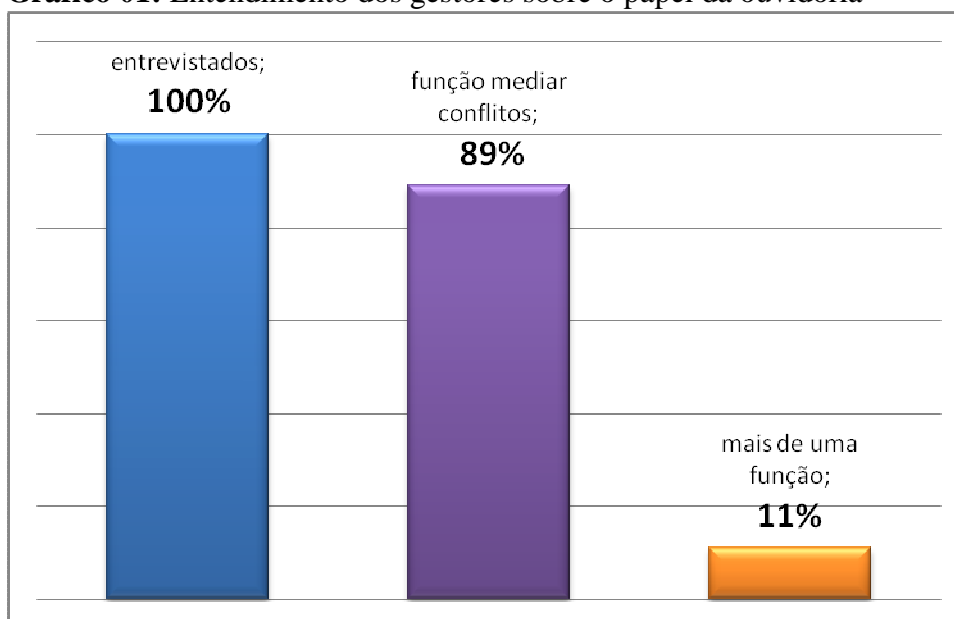
De acordo com a pesquisa aplicada aos Gerentes do CISAM, no período de 22 a 30 de setembro de 2009, para obterem dados acerca de seu conhecimento sobre a existência dos serviços de ouvidoria e qual seu papel, compreende-se que existe conhecimento da existência da ouvidoria.

Analisando os questionários aplicados aos gerentes do CISAM que participaram desta pesquisa percebe-se que os mesmos estão entusiasmados, comprometidos e confiantes com o trabalho desenvolvido pela Ouvidoria, pois como consta no Gráfico 01 em anexo, dos (100%) entrevistados, 37 (89%) compreende que a Ouvidoria tem o múltiplo papel de mediar conflitos, contribuir nos processos internos e melhorar a imagem da Instituição. Este quadro

⁴ Entende-se por formadores de opinião pessoas que, devido ao seu conhecimento e capacidade de comunicação, conseguem influenciar no modo de analisar e estabelecer um raciocínio lógico acerca de determinado assunto, ou seja, são pessoas que têm a capacidade de influenciar um número de pessoas a ter uma determinada conduta ou opinião.

nos mostra o compromisso dos mesmos para a melhoria dos serviços e imagem da Organização, enquanto 11% do total restante apontaram que a Ouvidoria é apenas um destes três pontos vistos acima, o que reflete que precisamos identificar e analisar as principais dificuldades dos setores para que a Ouvidoria possa desenvolver práticas que vá ao encontro das necessidades dos colaboradores, contendo o objetivo principal da pesquisa que é medir o grau de conhecimento do público interno.

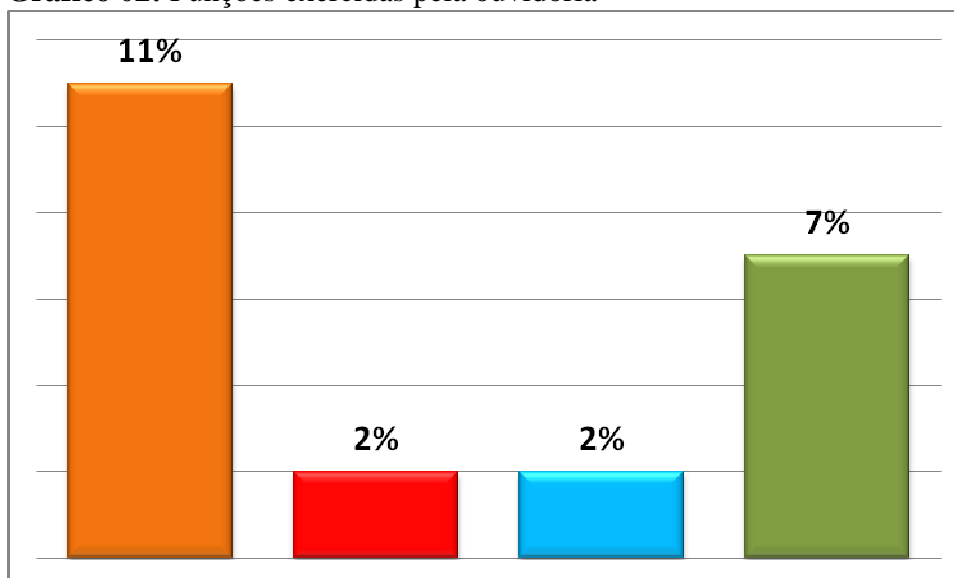
Gráfico 01: Entendimento dos gestores sobre o papel da ouvidoria



Sobre as funções exercidas pela Ouvidoria, gráfico 02, alguns gerentes (11%) tiveram as seguintes posições e estão divididos da seguinte forma: (2%) entende que a função é mediar conflitos, (2%) acha que apenas contribui nos processos internos e (7%) compreendem como sendo melhorar a imagem do CISAM. Isto significa que o público interno entende a Ouvidoria como instrumento facilitador na comunicação formal entre o usuário e a Instituição.

Diante do exposto, conclui-se que os Gestores, sujeitos da pesquisa confirmam que entendem o papel da Ouvidoria na Instituição e tornam-se cada vez mais comprometidos com as solicitações advindas da mesma, influenciando desta forma para que os serviços prestados possuam a eficiência e eficácia exigida pelo usuário. Neste sentido o entendimento sobre o papel da Ouvidoria é determinante para preservar a imagem da Organização e obter êxito perante a própria Instituição e os seus clientes.

Gráfico 02: Funções exercidas pela ouvidoria



5-CONSIDERAÇÕES

A Ouvidoria CISAM atua na tentativa de garantir a transparência da instituição junto aos usuários, para que estes possam exercer com plenitude o seu direito de acesso à informação e participação. O funcionamento da Ouvidoria ocorre por meio do recebimento de demandas dos usuários e funcionários da instituição, que constam de elogios e/ou reclamações.

Neste sentido manifesta-se Edson Vismona (2005, p.107) afirmando que, “[...] é o cidadão quem mostra ao Estado suas possíveis falhas e o Estado é quem escuta o cidadão e reage ao que lhe é dito na forma de ações concretas e objetivas”.

A partir da manifestação do usuário, a Ouvidoria entra em contato com os setores responsáveis pelo assunto, para que estes tomem as providências cabíveis. Portanto, como se percebe, a Ouvidoria é um instrumento que facilita a comunicação dos usuários com o órgão Público, e que necessita trabalhar em total sintonia comunicacional com todos os setores da instituição, uma vez que é necessário um posicionamento destes setores para a finalização do atendimento pela Ouvidoria. O Ouvidor não resolve, nem responde sobre o problema, apenas o acompanha até sua resolução.

Por este motivo, é de extrema importância o conhecimento do trabalho da Ouvidoria pelo Público interno da instituição, uma vez que o seu desconhecimento pode gerar dificuldades no funcionamento da mesma, uma resistência dos setores às ações da Ouvidoria, pode atrapalhar seu desempenho, para tanto a comunicação é um instrumento diferencial no processo.

Para vencer esta dificuldade, além da comunicação, torna-se necessário que os funcionários/gestores estejam sensibilizados para a importância do trabalho realizado pela Ouvidoria.

6-REFERÊNCIAS

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisa Survey**. Tradução de Guilherme Cezarino. Editora UFMG, BH, 1999. (Coleção Aprender).

CENTURIÃO, Alberto. **Ombudsman: a face da empresa cidadã**. São Paulo: Educador, 2003.

CERVO, Amado Luiz & BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

HIRSCHMAN, Albert. *Saída, voz e lealdade*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1973.

HOPPEN, Norberto *et al.* **Avaliação de artigos de pesquisa em sistemas de informação: proposta de um guia**. In: Anais do XXI ENANPAD. Rio das Pedras: ANPAD, 1998.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus 2003.

NASSAR, Paulo. **Viva a Mestiçagem**. Revista Meio & Mensagem. São Paulo: Meio & Mensagem, ano XXVI, no 1133, 8 de novembro de 2004. Especial Comunicação Corporativa.

PERRUSATO, Carla Michele. **A Atividade de Relações Públicas na busca da lucratividade empresarial**. São Paulo: 2000. Universidade de Caxias do Sul.

VISMONA, Edson Luiz. **A Ouvidoria Brasileira – Dez anos da Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2005.