



As ‘Ouvidorias’ virtuais em Instituições de Ensino Superior¹

Cleusa Maria Andrade SCROFERNEKER²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

O Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) propõe, em sua Dimensão 4, a avaliação interna e externa da comunicação da Universidade. Especificamente no âmbito da comunicação interna, a ouvidoria figura como um item a ser avaliado. Desde logo duas questões se impõem: estarão as Universidades cientes das atribuições de uma ouvidoria? O que representa a virtualização desse espaço de interlocução, que está sendo disponibilizado nos portais das Universidades? Responder a essas questões, com base em pesquisa realizada em 2007, se constituem nos objetivos do artigo.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação organizacional; Universidades; ‘ouvidorias’ virtuais; novas tecnologias.

INTRODUÇÃO

Os fundamentos do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) assentam-se na promoção da qualidade da educação superior, “[...] na orientação da expansão da sua oferta, no aumento permanente da sua eficácia institucional, da sua efetividade acadêmica e social em especialmente, do aprofundamento dos compromissos e responsabilidades sociais” ([MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2004, p. 4]). Este novo sistema que instituiu “de forma integrada a avaliação das instituições, dos cursos e do desempenho dos estudantes, estabeleceu que a avaliação das instituições considerará necessariamente as dez dimensões definidas em lei e que terá dois momentos: a auto-avaliação e avaliação externa” (HADDAD, 2005, p. 5).

A Auto-Avaliação (2004, p. 6) entendida “como um processo contínuo por meio do qual uma instituição constrói sua própria realidade, buscando compreender os significados do conjunto de suas atividades para melhorar a qualidade educativa e alcançar maior relevância social”, é coordenada por uma Comissão Própria de Avaliação (CPA)

¹ Trabalho apresentado no NP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora titular da Faculdade de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na Famecos/ PPGCOM – PUCRS. E-mail: scrofer@puers.br.



de cada instituição e orientada pelas diretrizes e pelo roteiro de auto-avaliação institucional da Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES).

As Orientações Gerais para a Auto-Avaliação consideram fundamentalmente três Núcleos ([INEP, 2004, p. 13-14]):

a) Básico e comum: “que contempla tópicos que devem integrar os processos de avaliação interna de todas as IES” (ibidem):

b) Temas optativos: “que podem ser ou não selecionados pelas IES para avaliação, conforme sejam considerados pertinentes à realidade e adequados aos projetos de avaliação” ([INEP, 2004, p. 13-14]);

c) Documentação, dados e indicadores: “onde são apresentados dados, indicadores e documentos que podem contribuir para fundamentar e justificar as análises e interpretações” (ibidem).

No que se refere à Dimensão A Comunicação com a Sociedade destaca-se o Núcleo básico e comum que compreende ([INEP, 2004, p. 23-24]):

a) as Estratégias, recursos e qualidade da comunicação interna e externa;

b) a Imagem pública da instituição nos meios de comunicação social.

Na seqüência são formuladas algumas questões, que fazem parte do chamado Núcleo Optativo dessa Dimensão, que pretendem avaliar a comunicação da IES. Um das questões propostas refere-se à existência ou não de *ouvidoria* [grifo nosso] e sobre o seu funcionamento.

A Avaliação Externa, por sua vez, é realizada “[...] por meio de visitas de comissões de especialistas às Instituições” ([MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2004, p. 9]), que atribui conceitos de 1 a 5, às seguintes dimensões (Quadro 1):

Quadro 1 – Dimensões da Avaliação Externa do SINAES

Dimensão 1	Missão e Plano de Desenvolvimento Institucional.
Dimensão 2	Perspectiva científica e pedagógica formadora: políticas, normas e estímulos para o ensino, a pesquisa e a extensão.
Dimensão 3	Responsabilidade social da IES.
Dimensão 4	Comunicação com a sociedade.
Dimensão 5	Políticas de pessoal, de carreira, de aperfeiçoamento, de condições de trabalho.



Dimensão 6	Organização e Gestão da Instituição.
Dimensão 7	Infra-estrutura física e recursos de apoio.
Dimensão 8	Planejamento e avaliação.
Dimensão 9	Políticas de atendimento aos estudantes.
Dimensão 10	Sustentabilidade financeira.

Fonte: Elaborado a partir do texto produzido pelo MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO. Avaliação externa de instituições de educação superior. Diretrizes e instrumento. Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior, Instituto de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, novembro de 2005.

O Grupo de Indicadores, que se constituem em balizadores da Comunicação com a Sociedade, consideram a Comunicação Interna e a Comunicação Externa. Tais Indicadores, no âmbito da Comunicação Interna avaliam os canais de comunicação e sistemas de informações e a *Ouvidoria* [grifo nosso]. Em relação à Comunicação Externa igualmente são avaliados os canais de comunicação e sistemas de informações e a Imagem Pública das Instituições de Ensino Superior (IES).

De acordo com o documento “Avaliação Externa de Instituições de Ensino Superior – Diretrizes e Instrumento” (2005), os elementos centrais que constituem a Dimensão 4³, (que está inserida no segundo grupo, ou seja, em procedimentos organizativos e operacionais das instituições) consideram:

Consistência e exequibilidade das propostas de comunicação com a sociedade, constituindo-se como referência na identificação e solução de problemas da natureza social, técnica, organizacional, econômica, cultural e ecológica;
Consistência e exequibilidade das propostas de comunicação com a comunidade interna, favorecendo a socialização das informações e qualificando a participação coletiva nas atividades das IES, envolvendo a relação entre os cursos e demais instância (p.18).

Os Indicadores, e no caso as Ouvidorias, devem ser avaliados tanto pelas Comissões Internas (CPAs), como Externa, o que desde já pressupõe, de parte da Universidade, uma preocupação de que os canais disponibilizados efetivamente se constituam em canais de comunicação, e principalmente de interlocução, de diálogo entre a Instituição e seus públicos de interesse.

De acordo com Freitas (2006, p.41),

³ “[...] estabelecidas na Lei dos SINAES, com vistas a promover uma perspectiva orgânica e norteadora da elaboração dos instrumentos e das ações pertinentes ao desenvolvimento da avaliação externa” (p.15)



a comunicação estabelece o diálogo da organização em âmbito interno e externo. Em âmbito interno o diálogo se configura em consonância com a cultura organizacional. Neste sentido, a comunicação é apontada como poder para facilitar a cooperação, a credibilidade e o comprometimento com valores [...]. O relacionamento da organização no âmbito externo será o reflexo do tratamento da comunicação em âmbito interno [...].

Talvez uma das primeiras questões que emergem, a partir da afirmação de Freitas diz respeito ao entendimento de comunicação pela Universidade. Embora não seja objetivo do presente texto discutir sobre essa (in) compreensão, acredita-se ser possível afirmar que ainda hoje as IES têm a sua comunicação pautada em uma cultura de informação, e que se destina quase que exclusivamente ao repasse de informações. Trata-se em realidade da manutenção de um modelo informacional de comunicação, que de certa forma ignora a processo comunicacional na sua essência. Tal modelo remete à metáfora do *conduíte* (PUTNAN, PHILIPS e CHAPMAN, 2004) ou mesmo ao modelo de Eisenberg e Goodall Jr (1997) em que a comunicação é entendida como transferência de informação. Os autores se utilizam da metáfora do ‘encanamento’, ou seja, informação é transferida, ‘escoa’, no sentido de ser repassada de um emissor (organização, pessoa) ao receptor (públicos, pessoa, comunidade, sociedade,...). É a comunicação assimétrica em sentido lato. As ouvidorias, e especialmente, virtuais revelam em parte esse modelo nos Portais das Universidades.

A pesquisa teve como tema as ‘Ouvidorias’ virtuais em Instituições de Ensino Superior (IES) e investigou sobre as formas propostas pelas IES para interagirem ‘virtualmente’ com os seus diferentes segmentos de públicos, e especificamente àquelas identificadas como ‘Fale Conosco’, ‘Contatos’, ‘Contato’ e/ou ‘Ouvidoria’.

O interesse em investigar essa nova realidade, cada vez mais presente nos portais das Instituições⁴, deveu-se à constatação de que essas novas formas de interatividade se constituem em uma das principais opções de relacionamento e comunicação utilizados pelas organizações, virtualizando o Falar e o Ouvir.

SOBRE OUVIDORIA

De origem nórdica, “[...] *ombudsman* significa literalmente “homem que dá trâmite [grifo da autora] [...] seria, portanto, o procurador, o defensor ou ainda, aquele

⁴ Cabe destacar que o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), em sua Dimensão 4, considera a Ouvidoria um dos aspectos a ser avaliado no que se refere à comunicação interna.

que representa. (PINTO, 1998, 26). A função do Ouvidor tem a sua origem na Suécia, quando em 6 de junho de 1809, a Constituição sueca oficializou o *ombudsman* (PINTO, 1998). Sua atuação foi, portanto, no Parlamento sueco e “[...] Originalmente, suas atividades dirigiam-se para as cortes e a polícia [...]” (GIANGRANDE, 1997, p. 193),⁵ sendo necessariamente “[...] escolhido entre cidadãos de marcante integridade e competência legal” (PINTO, 1998, p. 30).

Atualmente o *ombudsman* ou ouvidor é reconhecido como um facilitador, alguém que viabiliza a solução de conflitos e dúvidas, atuando como um colaborador no processo de aperfeiçoamento dos serviços e produtos da organização em que atua. “Originariamente uma função pública, presentemente o *ombudsman*, importante mediador entre o cliente e a empresa, quando os níveis de qualidade apontados pelo primeiro não forem satisfatórios” afirma Pinto (1998, p. 20)

Segundo Giangrande (1997, p. 193) “a organização opta pela instituição de um *ombudsman*, em complementação ou no lugar dos serviços de atendimento, quando deseja não apenas um canal de comunicação, mas quer conferir personalidade e dar autoridade a este canal.”

De acordo com Pinto (1998, p. 58), “no campo educacional, o *ombudsman* auxilia na interação da comunidade universitária com a sociedade”. A referida autora elenca uma série de atribuições do *ombudsman* universitário, destacando que “Sua ação é ainda preventiva, uma vez que soluciona problemas tomar proporções coletivas que exigiriam medidas mais extremadas” (PINTO, 1998, p. 58). Cabe ainda, registrar que a autora evidencia o que considera as principais atribuições de um *ombudsman*, tais como constituir-se em: defensor do cliente, do consumidor e do funcionário; crítico da empresa; e, promotor da qualidade.

Um dos primeiros requisitos para o exercício da função de *ombudsman* “[...] está diretamente relacionada com a receptividade encontrada na organização e pelo clima organizacional democrático, participativo e interatuante” (ibidem, p. 72). O apoio institucional, autonomia de ação e qualidades pessoais também, são requisitos indispensáveis para o seu exercício profissional.

No âmbito da Universidade, Lyra ([2008, p. 5]) citando Dallari (1993) afirma que o ouvidor “deve ter como função primordial o controle do mérito, da oportunidade, da conveniência da prestação do serviço público” Ainda segundo o autor,

⁵ No Brasil (colônia) ocorria mais ou menos o contrário: o Ouvidor Geral era um representante do Rei português, que tratava de aplicar as leis da metrópole e informar ao soberano o que aqui acontecia.

[...] a atividade própria do ouvidor, a de auscultar os problemas que dizem respeito ao cotidiano da Universidade, credencia-o a agir como um crítico interno, que a partir das demandas que lhe são encaminhadas, monta uma verdadeira radiografia da instituição. Com estes dados elabora pareceres sobre as necessidades de mudanças nos seus procedimentos e normas, objetivando o aperfeiçoamento do desempenho e do relacionamento institucionais" ([VILANOVA, 1997 apud LYRA, 2008, p. 5]).

Segundo Cardoso ([2008, p. 61]) “ser ouvidor implica reunir habilidades e capacitações múltiplas. Não dá para improvisar, principalmente em organizações mais complexas”, como a Universidade.

As primeiras ouvidorias em Instituições de Ensino Superior, de acordo com Lyra (2006) sugeriram no Canadá em 1965, nos Estados Unidos em 1967 e posteriormente, em 1987 na América do Sul, na Universidade Autônoma do México (UNAM).

No Brasil, a primeira ouvidoria universitária foi criada em 1992 pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES); posteriormente em 1993 é implantada na Universidade de Brasília⁶ (UNB) e em 1994, na Universidade Estadual de Londrina⁷ (UEL).

Lyra (ibidem) destaca a lenta evolução das ouvidorias universitárias no período compreendido entre 1992 a 1997. A partir de então tem sido verificado um crescimento significativo. Contudo, o fato de constituir uma ouvidoria em geral não significa que atue como tal⁸. Para o referido autor, ([2008, p. 5])

a Ouvidoria constitui-se, em suma, no fato gerador de um novo estilo e de uma nova *práxis* administrativa, graças à transparência e ao salto de qualidade que pode alcançar a gestão dos negócios públicos, quando tonificada pela intervenção consciente e construtiva da cidadania.

Para Viana Júnior ([2008, p. 2]) “A Ouvidoria Geral numa Instituição de Ensino Superior (IES) tem como objetivo a identificação e solução de possíveis problemas existentes”, constituindo-se em “[...] uma nova alternativa para estudantes, professores, colaboradores e a comunidade expressarem seus anseios, insatisfações, sugestões e elogios, tanto ao corpo acadêmico como ao corpo funcional e diretivo” ([VIANA JÚNIOR, 2008, p. 2]), por ter como característica um atendimento personalizado, autonomia de ação e investigação e imparcialidade

⁶ Desativada em 1997.

⁷ Desativada em 1999.

⁸ O Fórum Nacional de Ouvidores Universitários (FNOU, 2008) conta com 49 IES associadas, sendo 15 de Instituições Particulares, cinco de Instituições Comunitárias, 13 Federais, 15 Estaduais e uma Instituição Municipal



Acredita-se, que a colocação da Ouvidoria no Grupo de Indicadores a serem avaliados pelo SINAES, no que se refere à Comunicação com a Sociedade venha a exigir das IES uma nova postura em relação a esse canal privilegiado de transparência da Administração e que poderá constituir-se, também, como um espaço de interlocução, de interação mútua (PRIMO, 2007), que possibilita a mediação/aproximação com seus diferentes públicos.

AS ‘OUVIDORIAS’ VIRTUAIS

A rápida evolução das novas tecnologias e, no caso específico da Internet, ‘virtualizou e renomeou’ a ouvidoria, o que significa dizer que, no caso das Instituições de Ensino Superior que a tem disponibilizado em seus Portais, a compreensão e adequação desse canal, desse espaço de diálogo, necessita ser pensado, planejado e principalmente avaliado, mediante procedimentos com rigor metodológico e técnico.

As organizações e, particularmente as universidades, necessitam perceber que “a comunicação *on-line* traz responsabilidades para aqueles que se dispõem a praticá-la [...]” (BUENO, 2003, p. 58). Quando da criação de uma ‘ouvidoria’ virtual é fundamental que esteja atrelada à política de comunicação da Instituição. Implantar uma ‘ouvidoria’ virtual por modismo e/ou uma exigência ‘legal’ pode revelar-se um equívoco.

Duas questões emergem das colocações apresentadas: estarão as Universidades cientes das atribuições e da relevância de uma ouvidoria? O que representa a virtualização desse espaço de interlocução, que está sendo disponibilizado nos portais das Universidades?

A PESQUISA REALIZADA

A pesquisa foi desenvolvida, em 2007⁹, em três momentos. No primeiro, a realização de uma ampla revisão sobre o tema e suas *interfaces*, visando a construção de

⁹ Esse Projeto – desenvolvido em parceria entre o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social (PPGCOM/Famecos) com o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Computação da Faculdade de Informática (PPGCC/FACIN) – de abril a dezembro de 2007, contou com o apoio do Programa de



uma base teórica e a adoção de um referencial tecnológico. Com base nessa revisão, elaborou-se um instrumento de pesquisa para a realização de um pré-teste com vistas à revisão e validação tanto do questionário como do procedimento de exploração dos recursos da *web*. O terceiro momento compreendeu a realização da pesquisa em caráter experimental e a construção de um *site*. Para a seleção das Instituições foi consultado o cadastro de filiadas ao CRUB – Conselho de Reitores de Universidades Brasileiras e a ABO – Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman. A pesquisa envolveu Instituições Federais, Estaduais, Privadas e Comunitárias.

Em relação ao método, a pesquisa esteve ancorada no Paradigma da Complexidade (MORIN, 2001). Em relação à metodologia, constitui-se em uma pesquisa exploratória (GIL, 1999), desenvolvida mediante técnicas de levantamento bibliográfico e pesquisa de campo, com o envio de questionário, com questões abertas e com exploração dos recursos disponibilizados na *web*.

Cabe reiterar que na ampla bibliografia que trata sobre os diferentes aspectos e interfaces das novas tecnologias é praticamente inexistente uma discussão exaustiva sobre as formas de interatividade aqui identificadas como ‘ouvidorias’ virtuais, embora se admita que são tangenciadas quando dos embates e debates sobre as relações e inter-relações decorrentes e recorrentes do mundo virtual, do *ciberespaço*, da *cibercultura*.

RESULTADOS DA PESQUISA

Para a sua realização foram, inicialmente, mapeadas as Instituições de Ensino Superior, públicas e privadas, e definidos os critérios para a seleção da amostra (TABELA 1): organização acadêmica, credenciamento na Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman (ABO) e/ou no Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras (CRUB), além do perfil tecnológico, via licenciamento pelo Ministério da Educação, para ministrar educação à distância. Aplicados os três critérios, constituiu-se uma amostra com 69 universidades.

Apoio à Integração entre Áreas (PRAIAS) da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PRPPG/ PUCRS, com a concessão de duas bolsas de Iniciação Científica. O objetivo geral do Programa é “estimular a realização conjunta de pesquisa, através da parceria entre pesquisadores de todas as áreas de conhecimento desenvolvidas na Universidade” ([PUCRS, 2007]).

Tabela 1: Processo de aplicação dos critérios para a constituição da amostra.

Regiões	IES do Brasil caracterizadas como universidades		Universidades cadastradas no CRUB e/ou ABO		Universidades cadastradas no CRUB e/ou ABO, licenciadas para ministrar EAD	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Centro-Oeste	14	7,87	12	8,45	8	11,59
Nordeste	33	18,54	26	18,31	15	21,74
Norte	13	7,3	6	4,23	2	2,9
Sudeste	79	44,38	65	45,77	28	40,58
Sul	39	21,91	33	23,24	16	23,19
Total	178	100	142	100	69	100

Fonte: Elaborado por: SILVA, D. W. S.; MAZUCO, Grazielle M. baseado nos sites ([EDUCACAOSUPERIOR, 2007]); ([CRUB, 2007]); ([ABO, 2007]).

Em maio de 2007, procedeu-se uma análise dos sites das universidades. Foram analisados 68 sites institucionais¹⁰ que possuíam esta nova modalidade comunicacional, identificadas por expressões-chave, como ‘Fale Conosco’, ‘Ouvidoria’, ‘Contatos’, ‘Contato’, além de nomenclaturas equivalentes.

Constatou-se que 85,51% (correspondente a 59 universidades) dessas IES possuíam estas formas de interatividade, enquanto 14,49% não apresentavam em seu site propostas de ‘Ouvidorias’ virtuais.

Em uma nova análise nos sites, um mês depois, constatou-se a adesão de duas universidades a esse grupo que possuíam ‘Ouvidorias’ virtuais. Dessas, até janeiro de 2008 apenas uma, foi desativada.

No levantamento realizado referente à terminologia adotada observou-se, a predominância de quatro termos (TABELA 2): ‘Ouvidoria’, ‘Fale Conosco’, ‘Contato’ e ‘Contatos’.¹¹

¹⁰ O site de uma universidade estava, em 05/07/07, indisponível.

¹¹ Algumas Universidades utilizam mais de uma expressão para esse canal de interação virtual com a Instituição, o que explica o porquê do número de termos ser maior do que o número de Universidades pesquisadas.

Tabela 2: Termos predominantemente utilizados pelas IES em suas ‘Ouvidorias’ virtuais.¹²

Termos utilizados	Quantidade	
	Nº	%
Fale Conosco	33	42,31%
Ouvidoria	24	30,77%
Contato	10	12,82
Contatos	2	2,56
Outros	9	11,54%

Fonte: Elaborado por: SILVA, D. W. S.; MAZUCO, Grazielle M. com base na pesquisa.

Além dessas expressões foram igualmente encontrados outros termos (TABELA 3).

Tabela 3: Alguns dos outros termos utilizados.

Fale com a Ouvidoria	Comunique-se com a Ouvidoria
Reitor on line	SAC
Fale com o Chanceler	Contato – Fale Conosco
Fala, aluno!	Dúvidas, sugestões, reclamações...

Fonte: Elaborado por: SILVA, D. W. S.; MAZUCO, Grazielle M. com base na pesquisa.

Constatou-se a falta de critérios de padronização em nível de nomenclatura dessas novas formas de ‘interatividade virtual’, com expressões pouco reveladoras a que se propõem. Constatou-se, igualmente, a inadequação dos serviços disponibilizados, uma vez que os recursos tecnológicos não são totalmente explorados.

Os percentuais indicam que as ‘ouvidorias’ virtuais em suas diferentes modalidades e nomenclaturas, especialmente do Fale Conosco estão definitivamente incorporadas aos sites das universidades.

Em relação à falta de padronização, acredita-se ser possível afirmar que há o desconhecimento e/ou o despreparo das IES na utilização desse canal de comunicação, pois não basta ‘apenas ter uma ouvidoria virtual’, é preciso que atue efetivamente como tal. Ao realizar atualizações das nomenclaturas utilizadas, ocorreram poucas alterações.

¹² Expressões semelhantes foram consideradas. Por exemplo: ‘Fale com a PUC’ considerou-se ‘Fale Conosco’, pela semelhança na abordagem.

DE QUAL OUVIDORIA ESTAMOS FALANDO?

Para melhor entender a concepção de uma ‘Ouvidoria’ virtual pelas IES, foram enviadas mensagens¹³ a 55 universidades, contendo quatro perguntas básicas sobre determinado curso de graduação da instituição, utilizando-se os formulários eletrônicos, ou o *e-mail* disponibilizados nas *homepages*. Dessas, 28 (50,91%) acusaram o recebimento da mensagem, incluindo-se respostas automáticas (padronizadas) e/ou encaminhamentos para o setor correspondente à solicitação, não respondidos mais tarde. É importante ressaltar que em nove universidades as perguntas foram totalmente respondidas, em duas as perguntas foram parcialmente respondidas e houve a indicação do *site* e/ou telefone para maiores detalhes e 17 apenas indicaram um *site* e/ou telefone para contato. Em síntese, observou-se a inadequação dos serviços disponibilizados, uma vez que sequer o processo básico de troca de mensagens foi satisfatório.

Com o avanço da tecnologia há uma série de ferramentas e possibilidades que se abrem. Tratando-se das ‘Ouvidorias’ virtuais, não é diferente. Além do mais, como afirma Bueno (2003, p. 49) “[...] com as novas tecnologias, dentre as quais a Internet, tudo muda.”

O que significa ‘mudar’ ao implantar-se uma ‘ouvidoria’ virtual? É provável que as IES ainda não estejam conscientes da responsabilidade e do papel desse espaço virtual de interlocução. Talvez, o predomínio de uma cultura de informação, dificulte a compreensão de que a comunicação como participação, diálogo e interação também acontece nas relações mediadas pelo computador. Segundo Primo (2007, p. 40) “[...] participação, diálogo e bidirecionalidade recheiam os textos de interação mediada. [...] Entretanto, é preciso apontar que nem todo o sistema informático entendido como birecional permite a construção de um diálogo [...]”.

Acredita-se que alguns questionamentos preliminares tornam-se necessários para a tomada de decisão sobre ‘ter ou não ter’ uma ‘ouvidoria’ virtual: Quais as razões para a implantação de uma ‘ouvidoria’ virtual? Qual o ‘lugar’ que lhe é atribuído na Instituição? Está sendo pensada respaldada em uma política de comunicação da IES? Quem é o ouvidor institucional? Qual o seu poder de intervenção? A IES acredita e

¹³ Mensagem: Estou desenvolvendo um trabalho acadêmico sobre os cursos de Comunicação Social no Brasil e gostaria de obter informação a respeito do curso dessa universidade no que se refere: a) as habilitações disponíveis; b) o(s) turno(s) das aulas; c) o número de vagas disponíveis em cada habilitação; d) a data de abertura das inscrições para o próximo vestibular.



legítima a “ouvidoria” virtual? Responder tais questionamentos possibilitará à Instituição ampliar a sua reflexão sobre esse novo espaço de interlocução e principalmente, sobre os reais e efetivos motivos da sua implantação.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A virtualização dos processos comunicacionais das organizações, e especialmente, no caso de um ‘ouvidoria’ virtual redefine os relacionamentos nos espaços organizacionais internos e externos ([SCROFERNEKER, 2007]).

Sob a ótica do princípio hologramático (MORIN, 2001) – que vincula-se à idéia da recursividade organizacional e em parte à dialógica – é possível ‘enxergar’ a Universidade, como um todo, na sua “ouvidoria’ virtual que é parte. Por sua vez, a qualidade da interatividade evidenciada pela ‘ouvidoria’ virtual como parte – rapidez nas informações e solução de problemas, texto personalizado, disponibilidade para ‘ouvir’ – permite ‘enxergar’ a Universidade, que é o todo. Esse é outro aspecto importante, que as organizações, e especialmente as IES necessitam considerar ao optarem pela implantação de ‘ouvidoria’ virtual como espaço de interlocução, de interação, de diálogo, enfim de comunicação, isto é, não se trata apenas de uma ‘ouvidoria’, um Fale conosco, mas da própria IES que se mostra, se apresenta, se expõe. Segundo Bueno (2003, p. 58), “O habitual ‘Fale Conosco’ precisa transforma-se em ‘Converse Conosco’, pois o internauta que endereça os seus e-mails por causa desse convite de interação não está apenas interessado em falar, mas, especialmente em estabelecer um diálogo, iniciar um relacionamento”.

Sob a ótica da comunicação organizacional, entende-se que as ‘ouvidorias’ virtuais possam efetivamente se constituir em espaços interativos nos ambientes organizacionais cada vez mais virtualizados (e às vezes, tão desumanizados). No caso específico das Universidades é preciso considerar que a ‘ouvidoria’ virtual necessita cumprir efetivamente, o seu papel de Ouvidoria, especialmente quando assim denominada. Tal afirmação implica em clareza conceitual e não meramente instrumental como a revelada pela pesquisa. Talvez aí resida o desafio das IES quando da opção pela implantação de uma ‘ouvidoria’ virtual.



REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE OUVIDORES/*OMBUDSMAN* (ABO). Disponível em: www.abonacional.org.br. Acesso em 07.05.07.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri, SP: Manole, 2003.

CARDOSO, Antonio Semeraro Rito. **Ouvidoria x mediação**: reflexões sobre um conflito Disponível em: www.abonacional.org.br. Acesso em 06 de junho de 2008.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

CONSELHO DOS REITORES DAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS (CRUB). Disponível em: www.crub.org.br. Acesso em 09.05.07.

EISENBERG, Eric M. e GOODALL, Jr. H.L. **Organizational communication: balancing, creativity and constraint**. Second edition, New York, USA: St Martin's Press, 1997.

FREITAS, Sidinéia Gomes. Cultura organizacional e comunicação. In: KUNSCH, Margarida M.K. (Org.) **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HADDAD, Fernando. Apresentação. In: **MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**. Avaliação externa de instituições de educação superior. Diretrizes e instrumento. Brasília: DF. Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior, Instituto de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, novembro de 2005. Disponível em: www.portal.mec.gov.br. Acesso em 20 de dez.2006.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS (INEP). Disponível em: www.educacaosuperior.inep.gov.br/funcional/busca_instituicao.stm. Acesso em 13.07.07.

LYRA, Rubens **O Ouvidor universitário**. Disponível em: www.unisc.br/fnou/artigos. Acesso em 06 de junho de 2008.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Avaliação externa de instituições de educação superior**. Diretrizes e instrumento. Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior, Brasília: Instituto de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, novembro de 2005. Disponível em: www.portal.mec.gov.br. Acesso em dez.2006.



_____. Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior Sistema Nacional de Avaliação Superior. Orientações gerais para o roteiro da auto-avaliação das instituições. Brasília: Instituto de Estudos e Pesquisas Educacionais, novembro de 2004. Disponível em: www.portal.mec.gov.br. Acesso em 20 dez.2006.

MORIN, Edgar. **Introdução ao Pensamento Complexo**. 3. ed. Trad. Dulce Matos. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

PINTO, Odila de Lara. **Ombudsman nos Bancos: Agente de Mudanças nas Instituições Bancárias...** São Paulo: Editora Musa, 1998.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS). Disponível em: www.pucrs.br. Acesso em 20.06.07.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PUTNAM, Linda, PHILLIPS, Nelson e CHAPMAN, Pamela. Metáforas da comunicação organizacional. In: CLEGG, Stewart R. HARDY, Cyntia e NORD, Walter R. (Org.) **Handbook de estudos organizacionais**. Ação e análise organizacionais. São Paulo: Atlas, 2003, v.3.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. **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.

VIANA Júnior, Humberto Ouvidoria Geral UNIFACS: **O Ombudsman nas Instituições Particulares de Ensino Superior**. Disponível em: www.unisc.br/fnou/artigos. Acesso em 06 de junho de 2008.