

As ‘ouvidorias’ virtuais em Hospitais Universitários Brasileiros

Cleusa Maria Andrade Scroferneker

Rebeca Gomes Escobar

A pesquisa tem como objetivos: o mapeamento dos públicos que recorrem às ouvidorias presenciais e virtuais dos hospitais, a categorização das mensagens enviadas por esses segmentos de públicos a essas modalidades de ouvidorias, a construção de modelos de ‘ouvidorias’ virtuais e, o desenvolvimento de um banco de dados analítico a partir das entradas (mensagens) recebidas pelas ouvidorias [presencial e virtual] e armazenadas em um banco de dados operacional, que possibilitem uma série de consultas a serem utilizadas pelos gestores em tomadas de decisão. É uma pesquisa exploratória desenvolvida mediante levantamento bibliográfico e pesquisa de campo, com a realização de entrevistas em profundidade e envio de questionários por e-mail aos ouvidores e /ou responsáveis pelas ‘ouvidorias’ virtuais nos Hospitais selecionados para a investigação. A segunda etapa da pesquisa envolveu o acompanhamento sistemático dos sites/portais dos 36 Hospitais Universitários Brasileiros que compõem a amostra, considerando aspectos referentes à nomenclatura, acessibilidade, formas de contatos e presença ou não de mídias sociais. Houve o desenvolvimento, com o apoio de pesquisadores do Programa de Ciências da Computação da Faculdade de Informática, de um Banco de Dados para a implantação de um modelo de ouvidoria em um Hospital Universitário. No que diz respeito aos resultados, ainda parciais, destacamos: em relação à nomenclatura, o predomínio dos termos “Ouvidoria/Fale Conosco” seguido de “Ouvidoria”, tendência já identificada no período de 2012-2013. Quanto à acessibilidade, os links são de fácil acesso, o que tende a revelar a preocupação dos hospitais em ‘visibilizar’ essas possibilidades de contato, cujas principais alternativas quando acessados, são o formulário seguido do e-mail. As ‘ouvidorias’ virtuais ainda se constituem no principal ‘canal’ de reclamação, dos familiares do pacientes e/ou dos próprios pacientes, o que já fora constatado quando das entrevistas com as responsáveis pelas ouvidorias de dois Hospitais Universitários em Porto Alegre. No que se refere às mídias sociais, observou-se que seis Hospitais Universitários da amostra possuem páginas oficiais, com o predomínio do *Twitter*, seguido do *Facebook*. As observações

mensais dessas plataformas permitiram constatar que tanto o *Twitter* quanto o *Facebook* têm caráter predominantemente informacional, revelando em parte o desconhecimento dessas organizações sobre as especificidades/relevância dessas plataformas do ponto de vista comunicacional. Cabe igualmente destacar, que vinte (20) dos 36 hospitais da amostra, embora não possuam páginas oficiais, é possível acessá-las quando a pesquisa é feita pelo Google. Em relação ao Bando de Dados houve a apreensão de dados, cadastro de manifestações da ouvidoria e elaboração de um Guia do usuário.