

Diálogo virtual com o munícipe: Análise do Portal Reclame Aqui nos municípios do grande ABC paulista

Arquimedes Pessoni¹
Robson Luiz Gisoldi²

Resumo:

Esse artigo destaca a relação entre os órgãos públicos e munícipes, levando em conta as novas plataformas tecnológicas que fazem essa interface. Para isso, o texto discorre sobre as políticas de comunicação observadas nas sete prefeituras da região do Grande ABC paulista, utilizando como base o portal Reclame Aqui Cidades, que abriga reclamações de denúncias relacionadas ao setor público. Foi usada a metodologia de análise de conteúdo acrescida de aplicação de questionário. Os dados mostram que os munícipes recorrem ao portal como última alternativa, pois os canais de atendimento convencionais não oferecem resposta.

Palavras-chave:

Inovação; Comunicação Pública; Cidadania; Internet; Consumidor.

Abstract:

This article highlights the relationship between the Government agencies and municipalities, taking into account new technological platforms that make this interface. It was used content analysis methodology plus questionnaires. To do this, the text discusses communication policies observed in the seven prefectures of the Grande ABC region in São Paulo, using as a basis the website Reclame Aqui Cidades, keeping complaints related to the public sector. The data show that neighbours use portal as a last resort, because the conventional service channels and offer no response.

Keywords:

Innovation; Public Communication; Citizenship; Internet; Consumer.

Introdução

A informação rápida pulsando a cada segundo nas telas dos computadores ou até mesmo em um simples celular, a cobrança por respeito a prazos estabelecidos, qualidade do produto e bom atendimento, estão formando

¹ Docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). e-mail: pessoni@uscs.edu.br

² Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). e-mail: robsongisoldi@gmail.com

coro na Internet. Para lidar com este novo fenômeno, diversas organizações estão estruturando seus departamentos de comunicação, Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), Fale Conosco e Ouvidoria para mapear as mídias que podem gerar reclamação pública de seus serviços, minimizando os danos em sua imagem institucional.

Esse novo consumidor, já conhecido pelo uso das ferramentas disponíveis para comparar empresas, produtos e questioná-las se necessário, também ganhou um novo formato na esfera pública. Não que o personagem tenha mudado, mas a chegada de novas plataformas de comunicação, como as mídias sociais virtuais, tem servido de alicerce para outras reclamações direcionadas à esfera pública, como prefeituras, governos e autarquias.

No caso da comunicação pública, o cidadão eleitor também participa dessa transformação tecnológica. Esse novo processo de comunicação, que já existia no passado e agora é amplificado pela Internet, torna a cobrança por serviços públicos de qualidade, pela falta de manutenção ou por obras inacabadas, uma grande propulsora de um potencial desgaste da imagem de qualquer instituição. Dessa forma, as reclamações virtuais precisam de atenção e de uma boa estratégia de atendimento e resposta. As prefeituras, por representarem o canal mais próximo do munícipe, precisam estar aptas a se relacionar com esse público, neutralizando seu poder de dano de imagem o mais rápido possível. Por essa razão, é importante compreender e colocar em discussão a forma como as administrações públicas da região do Grande ABC têm utilizado os meios de resposta disponíveis.

Neste contexto, este artigo pretende discutir a seguinte questão: as administrações públicas estão respondendo as demandas oriundas das mídias sociais, em especial no Portal Reclame Aqui Cidades? O objetivo deste estudo foi verificar, de forma criteriosa, como as prefeituras da região do Grande ABC – Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra, estão lidando com as reclamações dos munícipes no novo Portal Reclame Aqui Cidades (www.reclameaqui.com.br/cidades), considerado o maior do Brasil em denúncias e reclamações direcionadas a atender as reivindicações do cidadão.

O objeto de estudo, o Portal Reclame Aqui, é um dos maiores sites brasileiros de reclamações contra empresas sobre atendimento, compra, venda,

produtos e serviços. Apesar de gratuito para os consumidores e empresas, as instituições que possuem avaliações positivas e as que resolvem os problemas dos clientes podem fazer anúncios no site. Foi fundado por um grupo de quatro sócios, liderados por Maurício Vargas, diretor e criador do site. A forte demanda de reclamações contra serviços públicos fez com que a empresa dividisse seu Portal em novembro de 2012, criando o espaço relacionado às reclamações públicas, denominado Reclame Aqui Cidades (www.reclameaqui.com.br/cidades), foco principal dessa análise.

Mesmas reclamações, em outras plataformas

Não há como negar que o advento das novas mídias sociais tem influenciado cada vez mais o comportamento do cidadão comum. Não que antes não havia reclamações quanto aos produtos e serviços disponíveis, seja no popular *boca a boca* ou na imprensa, mas é perceptível que esse fenômeno foi ampliado com o advento da Internet, ainda mais com as diversas possibilidades de compartilhamento que as mídias sociais colocam à disposição da sociedade. Para lidar com este novo fenômeno, diversas organizações estão estruturando seus departamentos de comunicação, SAC, Fale Conosco e ouvidorias, dentre outros canais, para mapear as mídias que podem gerar reclamação pública de seus serviços, minimizando os impactos em sua imagem institucional.

Um estudo realizado pela empresa Deloitte, em 2010, intitulado *As mídias sociais na empresa - O relacionamento online com o mercado*, exemplifica o conceito de consumidor social, em que aponta um perfil do adepto da Internet na hora de comprar produtos e serviços. É necessário destacar apenas que seu comportamento apresenta algumas peculiaridades: prefere declarar sua insatisfação com o serviço prestado via rede social, preterindo os canais de atendimento das organizações, pois considera, além da facilidade, uma forma de ter retorno mais rápido e dividir sua *indignação* com outros *internautas*.

Esta pesquisa tem natureza qualitativa e quantitativa do tipo teórico-aplicada e nível exploratório. Envolve revisão bibliográfica e análise de

conteúdo. A pesquisa documental utiliza o método de análise de conteúdo segundo a visão de Bardin (2004) e cobre os seis primeiros meses de operação do Portal Reclame Aqui Cidades, de 01 de janeiro a 30 de junho de 2013, levando em consideração as reclamações realizadas contra as cidades do Grande ABC. Esse período se justifica por se tratar do primeiro semestre das administrações que tomaram posse em janeiro de 2013.

Comunicação pública e seus conceitos

O conceito de comunicação pública possui múltiplas vertentes, divididas em várias terminologias que norteiam sua definição. Brandão (2007) relata em seus estudos que existem cinco áreas diferentes de conhecimento e atividade profissional que dividem a ação: a comunicação organizacional, a comunicação científica, a comunicação do Estado ou governamental, a comunicação política e a comunicação estratégica da sociedade civil organizada.

A primeira, comunicação organizacional, seria mais relacionada à comunicação interna das organizações. No caso da comunicação científica, Brandão (2007) relaciona as similaridades com a comunicação pública, uma vez que ambas utilizam um leque variado de instrumentos como as metodologias tradicionais de informação tecnológica direcionada às comunidades, técnicos ou autoridades. As duas representam uma espécie de difusor de informações de interesse da opinião pública, sendo um compromisso de prestação de contas à população.

Da mesma forma que a comunicação política, a qual Brandão (2007) frisa como a forma mais conhecida de comunicação pública, advinda da tradição de estudos que analisam a comunicação contraposta com o interesse público. Por fim, a comunicação pública, aliada à sociedade civil organizada, parte da premissa de que a comunicação deve ter a consciência que as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda a sociedade.

Duarte (2007, p. 1) descreve a comunicação pública como um conceito que tem origem no entendimento da comunicação governamental. Segundo o

autor, a raiz da evolução está na viabilização da democracia e na transformação do perfil da sociedade brasileira a partir da década de 1980. As duas grandes referências originais em comunicação governamental no século XX registram um viés autoritário. Duarte relata que, durante os anos 1930, o governo federal definiu políticas de controle de informações cujo apogeu se deu entre 1939 e 1945, por meio do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e de uma rede nacional que buscava controlar e orientar a imprensa. Durante o regime militar, é organizado o Sistema de Comunicação Social no âmbito do governo, cujos focos eram propaganda e censura.

O escritor esclarece que, com o fim da censura e da redemocratização, o panorama mudou. A Constituição de 1988, a transformação do papel do Estado, o Código de Defesa do Consumidor, a terceirização e a desregulamentação, a atuação de grupos de interesse e movimentos sociais e o desenvolvimento tecnológico estabeleceram um sistema de participação e pressão que forçou a criação de mecanismos para dar atendimento às exigências de informação e tratamento justo por parte do cidadão em sua relação com o Estado e instituições, do consumidor com as empresas e entre todos os agentes sociais. Levou, por exemplo, ao surgimento do conceito de comportamento empresarial socialmente responsável no setor privado (mesmo que muitas vezes subordinado às estratégias comerciais), ao empoderamento do terceiro setor e a uma maior demanda por transparência no setor público.

Em outra abordagem, desta vez de forma mais categórica, López (2012, p. 250) afirma que a comunicação das organizações públicas possui enfoque na área de assessoria de imprensa. Segundo o autor, o escopo da comunicação pública acaba por não considerar os processos de interlocução com o cidadão, dessa forma, assume um caráter meramente informativo.

Essa afirmação encontra respaldo no que cita Vieira da Costa (2006, p. 20), que argumenta que a comunicação de interesse público é toda ação de comunicação que tem como objetivo levar uma informação à população que traga resultados concretos para se viver e entender melhor o mundo. Contudo, Bueno (2012, p. 136) ressalta que a comunicação de interesse público abrange ações e atividades que têm como endereço a sociedade.

Uma análise do uso da expressão *comunicação pública*, desde o início do século XX, mostra que o conceito esteve relacionado com a comunicação

estatal e a implantação da radiodifusão, e, mais tarde, da televisão pública. Enquanto a imprensa tradicional se desenvolveu regulada pelas forças políticas, culturais e de mercado, os meios eletrônicos necessitavam ser autorizados e regulados por concessão pública. Por essa autorização, o Estado “concede a uma empresa, por tempo limitado, o direito de utilizar uma determinada faixa, mediante o compromisso de que será usada em benefício público” (DINES, 2005).

Um novo enfoque é dado também por Domingues (2004, p. 226) ao detalhar que a relação dos cidadãos com o Estado também mudou. As pessoas esperam melhorias contínuas da atividade governativa. Elas cada vez mais veem o Estado como entidade em cuja constituição participam, por meio da eleição dos dirigentes que valorizam os seus programas eleitorais com promessas de benefícios para os cidadãos. Simultaneamente, sentem que podem condicionar a sua atividade por meio da sua opinião pública, seja em sondagens temáticas, em conversa de amigos ou colegas de trabalho, em entrevista para noticiários televisivos que procuram a singularidade dos casos vulgares ou em artigos de opinião apresentados em colunas de jornais. Progressivamente se desenvolve uma cultura da crítica do desempenho do Estado, de quem sempre se espera mais e melhor, muitas vezes traduzida por sentimentos de descrença e pessimismo.

Haswani (2006, p. 24) acrescenta que a relação entre as instituições públicas e os cidadãos significa considerar um cenário complexo que mostra uma pluralidade de sujeitos em ação. As administrações públicas são hoje uma realidade em movimento, heterogêneas no seu interior. Não se pode falar de um sujeito institucional, mas dos processos em ação no interior de um contexto articulado e mutante, processos que se diversificam nos âmbitos territoriais e institucionais diversos que clamam por competência, profissionalismo e capacidades aprimoradas. De outro lado, comentar sobre os cidadãos significa, igualmente, referir-se a uma realidade complexa e heterogênea.

A partir das formas de governança instituídas pela Constituição de 1988 e da Reforma do Estado realizada na década seguinte, de acordo com Novelli (2006, p. 74), a comunicação pública, ou seja, aquela comunicação praticada pelos órgãos responsáveis pela administração pública assume, na prática, uma importância significativa para o exercício da participação política e da

cidadania. Cabe à comunicação pública, nesse contexto, extrapolar a esfera da divulgação do governo e da assessoria de imprensa como mecanismo de autopromoção dos governantes e de suas ações para colocar-se como instrumento facilitador do relacionamento entre cidadão e Estado.

Sociedade conectada

O processo de comunicação pública que percorre o campo político, organizacional, entre outras vertentes, passa por uma transformação a partir do momento em que as novas ferramentas de tecnologia de informação estão disponíveis e ganham uso à sociedade. Dessa forma, o conhecido processo de relação de comunicação pública por meio das mídias tem se modificado, no anseio de levar as realizações de governo ao conhecimento da população. Ou seja, as instituições públicas passam a refletir sobre o foco de atuação, uma vez que os canais de acesso ao cidadão se estreitaram com o advento das novas tecnologias.

Gerzson e Müller (2009, p. 63) observam que a contemporaneidade vem exigindo reposicionamento desse paradigma referente às relações entre organizações públicas e seus públicos a serem atingidos. As autoras relatam que a sociedade está exigente no que se refere aos seus direitos, inclusive o de ser bem atendido. Ao mesmo tempo em que surge essa consciência, as práticas de comunicação pública passam por crises de identidade e se percebe a importância da adoção de práticas mais democráticas e direcionadas, em oposição ao viés de massificação historicamente adotado pelo setor público.

O avanço da Internet e a introdução de novas ferramentas tecnológicas facilitam o acesso à informação. Esse fenômeno faz com que o consumidor crítico e bem informado provoque uma transformação na forma de relacionamento das organizações com este público. Castells (2003, p. 8) afirma que os efeitos das redes da Internet abrangem questões econômicas, sociais, políticas e culturais. Recuero (2009, p. 25) atribui às redes sociais o poder de amplificar a voz das pessoas, mais construção de valores e maior potencial de espalhar informações.

A Internet permite estabelecer plataformas de diálogo para que as pessoas interajam localmente ou transcendam as fronteiras do Estado-nação, numa rede anárquica de interações. Possibilita que muitos indivíduos se engajem em listas de grupo, *chats rooms*, fóruns da *web*, fazendo avançar conversações sobre todo tipo concebível de questões (MAIA, 2008, p. 117).

Outro que ressalta a importância da tecnologia em relação ao comportamento do ser humano é Josgrilberg:

Uma tecnologia incorporada por uma sociedade altera as relações sociais, a percepção do espaço, do tempo, ou seja, modifica a relação do ser humano com a natureza e entre os próprios seres humanos. Não importa se para melhor ou pior, há uma mudança na relação com o mundo e na compreensão que se tem dele. Argumentar que o computador, o telefone, a faca ou qualquer outro instrumento sozinho não altera a organização do espaço pode ser uma posição enganosa. A tecnologia só tem significado em seu uso dentro de relações sociais dadas. Logo, a tecnologia necessariamente está para alguém. Vista dessa forma, ela não é neutra. (JOSGRILBERG, 2008, p. 281).

No caso das administrações públicas, criar ferramentas de SAC virtual para atender às demandas dos munícipes e monitoramento de imagem é uma forma de agilizar o serviço e medir a percepção do munícipe quando à qualidade dos serviços públicos.

De acordo com Galindo (2011),

[...] é possível perceber que as mudanças em curso estão dotando os consumidores de uma força ou capacidade expressiva que no nível individual se caracteriza como um micropoder, no sentido coletivo se firma como uma revolução, ou um contrafluxo nas relações com as organizações e instituições desprovidas de sensibilidade para entender o consumidor contemporâneo com mobilidade e espaço na ágora virtual. (GALIDO, 2011, p.15).

Opinião semelhante de Roman:

As vozes inteligentes dos “loucos”, as vozes criativas dos imprestáveis, as vozes engenhosas dos “inúteis”, às quais a empresa esteve surda, estão fazendo falta. Já se faz hora da incorporação produtiva dessa polifonia nos projetos organizacionais. (ROMAN, 2005, p. 82).

Galindo ainda destaca que os conteúdos trabalhados junto ao consumidor-cidadão, mesmo aqueles oriundos do marketing, da publicidade, do governo, da mídia ou das comunidades-tribos, apontam para um lugar

comum: “Um discurso verdadeiro, coerente, transparente e essencialmente de duas mãos, afinal, eles têm vozes e estão em busca de relacionamentos simétricos” (GALINDO, 2011, p. 15).

Souza (2009, p. 233) ressalta que o conceito de “neconsumidor” vem sendo delineado nos últimos dez anos devido às mudanças nos hábitos de consumo e das formas de relacionamento entre o varejo e os consumidores motivados pela adoção de tecnologias digitais como Internet e celular. Segundo o autor, basicamente, trata-se de um consumidor digital, multicanal e global, ou seja, que tem perspectivas internacionais para seu consumo.

No que tange ao cidadão, que é o objeto deste estudo, Haswani (2006, p. 38) considera que a consciência cidadã, a qual a sociedade vem adquirindo em relação ao estado, seu papel e suas obrigações, torna os indivíduos em agentes transformadores, porque é capaz de cobrar, denunciar ou, simplesmente, solicitar aos órgãos estatais informações precisas sobre assuntos de seu interesse.

Brito (2006, p. 121) atribui a crescente transformação da clássica democracia representativa para os moldes da democracia eletrônica à revolução tecnológica, por meio da qual a comunicação é dupla-mão, mas transparente e interativa.

Segundo Domingues (2010, p. 65), a possibilidade de interagir com os meios digitais, criar conteúdos e distribuí-los em escala mundial, por meio da rede, possibilitou o surgimento de novos comportamentos dos cidadãos, que estão, como nunca, no controle das suas relações midiáticas. A esses sujeitos que veem na Internet uma ferramenta da liberdade de expressão e acreditam que elas “não são somente tecnologias, mas também meios de expressão” dá-se o nome de *netizens*.

Os *netizens* utilizam a Internet como forma de ampliar debates e trazer à luz questões que, muitas vezes, não dispõem de um espaço para serem debatidas na mídia de massa. Entretanto, para que esses questionamentos ganhem força junto ao grande público, não raro é necessário que os assuntos debatidos surjam nas mídias digitais e depois sejam levados para o mundo off-line a despeito de não ganharem força frente à opinião pública. (MOUNIER, 2006, p. 191).

Em português, este conceito híbrido de *netizen*, embora interessante no seu conteúdo, é de difícil tradução. Derivando de *rede* e de *cidadãos*, obtemos

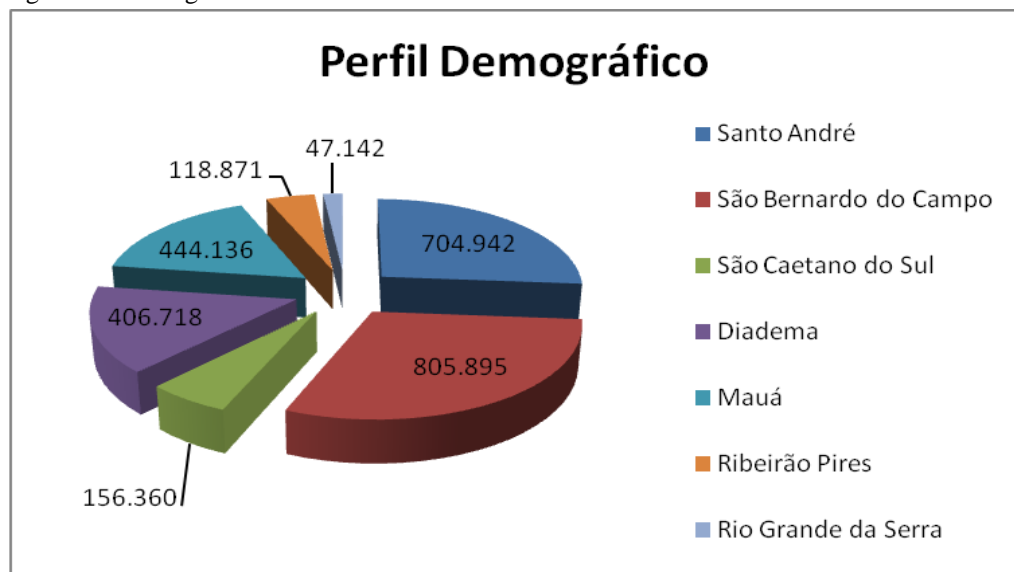
qualquer coisa como *redações*, o que não apresenta uma sonoridade das mais harmoniosas (ANDRADE, 2007, p. 3).

Para Kunsch (2007), muitos autores já escreveram sobre públicos em relações públicas. Mas, numa visão contemporânea, é preciso considerar as tipologias dos públicos dentro da dinâmica da história, levando em consideração as forças sociais do macroambiente e os comportamentos dos grupos de interesses que podem vir a formar um novo público. “Um público que praticamente nunca foi pensado como prioritário ou que não tem nenhum vínculo com a organização, dependendo dos acontecimentos, isto é, de como o comportamento institucional o afeta, pode vir a ser um público estratégico.” (KUNSCH, 2007, p.44).

Análise

O Grande ABC está localizado na região metropolitana de São Paulo, composto por sete cidades que totalizam cerca de 2,7 milhões de habitantes, segundo estimativa do IBGE no ano de 2013, assim distribuídos:

Fig. 1: Dados Regionais



Fonte: IBGE, estimativa 2013.

A economia do Grande ABC apresenta um forte dinamismo e diversificação econômica ao longo de sua história. O total de riquezas produzidas nas sete cidades coloca o grupo de municípios como o quarto maior

PIB (Produto Interno Bruto) do Brasil, com R\$ 84,8 bilhões. A região só fica atrás de São Paulo (R\$ 443,6 bilhões), Rio de Janeiro (R\$ 190,2 bilhões) e Brasília (R\$ 149,9 bilhões).

Para analisar os dados para esta pesquisa, seguimos a metodologia da análise de conteúdo preconizada por Bardin (2004). Para a autora, a análise de conteúdo de mensagens deveria ser aplicável a todas as formas de comunicação, pois possui duas funções que podem ou não se dissociar quando colocadas em práticas. A primeira diz respeito à função heurística, ou seja, a análise de conteúdo que enriquece a tentativa exploratória e aumenta a propensão à descoberta. A segunda se refere à administração da prova, em que hipóteses, sob a forma de questões ou de afirmações provisórias, servem de diretrizes apelando para o método de análise de uma confirmação ou de uma informação. Dessa forma, os dados utilizados para execução da pesquisa são de livre acesso.

Foram analisadas as 207 reclamações realizadas no Portal Reclame Aqui Cidades direcionadas às sete prefeituras da região do Grande ABC, que entrou em operação no dia 8 de novembro de 2012. O período escolhido é de extrema relevância, pois capta um processo de mudança de gestões em várias cidades. É uma forma de observar o processo de comunicação da cidade de forma ampla.

Foram identificadas e analisadas de forma quantitativa as categorias mais reclamadas por cidade, definidas pelo próprio Portal em iluminação pública, transporte público, buracos, trânsito, árvores, saúde, poluição sonora, obras públicas, limpeza de terrenos, acessibilidade, cultura, esporte e lazer, segurança, educação, atendimento, impostos e taxas e outros. A pesquisa também separa as reclamações cidade, mês, tipo, categoria, pertinência (se a reclamação está relacionada às atividades de âmbito municipal), se houve resposta e réplica, comentário de terceiros e solução aparente.

O levantamento avalia também as respostas das administrações públicas, se foram concedidas e se aceitas pelos munícipes, observando se houve réplicas ou desaprovações.

As reclamações foram todas colhidas e catalogadas em uma planilha em que foram desenvolvidas algumas categorias de análise:

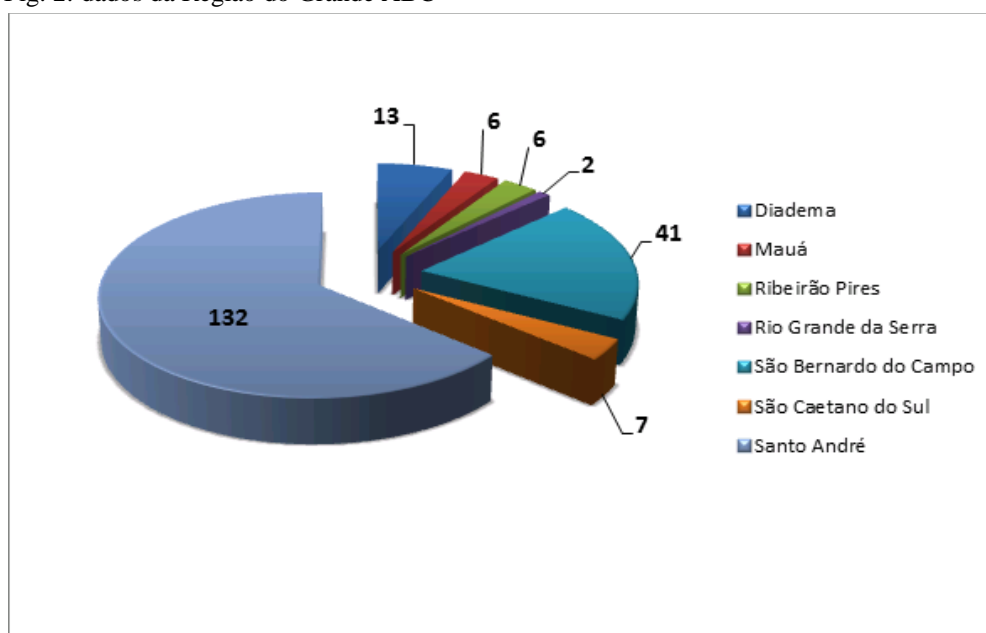
Quadro 1: categorias

Mês	para identificar os meses com maior incidência de reclamações.
Prefeitura reclamada	para avaliar as instituições mais citadas dentro do portal.
Tipo de reclamação	buscar avaliar se o comentário trata-se de reclamação, denúncia ou sugestão.
Cidade de origem do reclamante	para avaliar se há reclamações de cidades diferentes.
Categoria reclamada	para avaliar o tipo de reclamação.
Pertinência	para observar se a reclamação está direcionada ao agente envolvido.
Resposta	para avaliar se houve resposta à questão.
Réplicas	Verificar se houve novos comentários do reclamante.
Comentários de terceiros	para observar se outras pessoas entraram no debate.
Autor da resposta	identificar a origem da resposta.
Aparente conclusão	avaliar se a indagação foi solucionada.

Fonte: categorias definidas pelo pesquisador

A figura a seguir aponta grande número de reclamações direcionadas a Santo André, representando mais da metade do total registrado para a região do Grande ABC. São Bernardo figura na segunda posição.

Fig. 2: dados da Região do Grande ABC



Fonte: Tabulação Reclamações Reclame Aqui Cidades.

As duas categorias mais reclamadas estão ligadas à iluminação pública, em quase sua totalidade direcionada à Prefeitura de Santo André. O resultado se explica por uma forte incidência de falta de manutenção em energia elétrica observada no início do ano, noticiada por jornais da região à época. A Prefeitura, inclusive, enviou release à imprensa justificando o problema e propondo novas ações³.

Os demais resultados referem-se à qualidade do transporte público, manutenção da cidade e queixas de infração ao nível de ruído.

Veja os 10 serviços mais reclamados na tabela 1:

Tabela. 1: reclamações

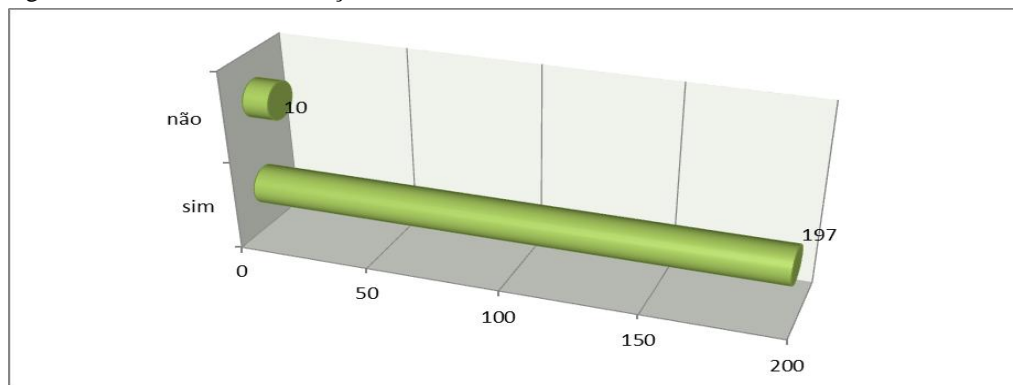
Categoria/Serviço	Quantidade
Iluminação Pública/ Lâmpada apagada	35
Iluminação Pública/ Falta de energia	27
Transporte Público/ Ônibus	21
Buracos/ Buraco na rua com asfalto	15
Poluição Sonora/ Barulho de Bares e Similares	10
Trânsito/ Estacionamento Irregular	8
Árvores/ Remoção de Árvores	6
Cultura, Esporte e Lazer/ Praças e Parques	4
Limpeza de Terrenos/ Terreno sujo	4
Lixo e Poluição/ Lixo Acumulado	4

Fonte: Tabulação reclamações Reclame Aqui Cidades.

Durante a análise foi observado que algumas reclamações estão fora do contexto da proposta do portal e também não são questões que estão no escopo do trabalho das prefeituras, entre elas segurança e criminalidade, ações ligadas às polícias Civil e Militar, genuinamente geridas pelo Governo do Estado. Na figura a seguir é possível identificar de forma quantitativa que dez reclamações não estavam relacionadas às atividades públicas municipais.

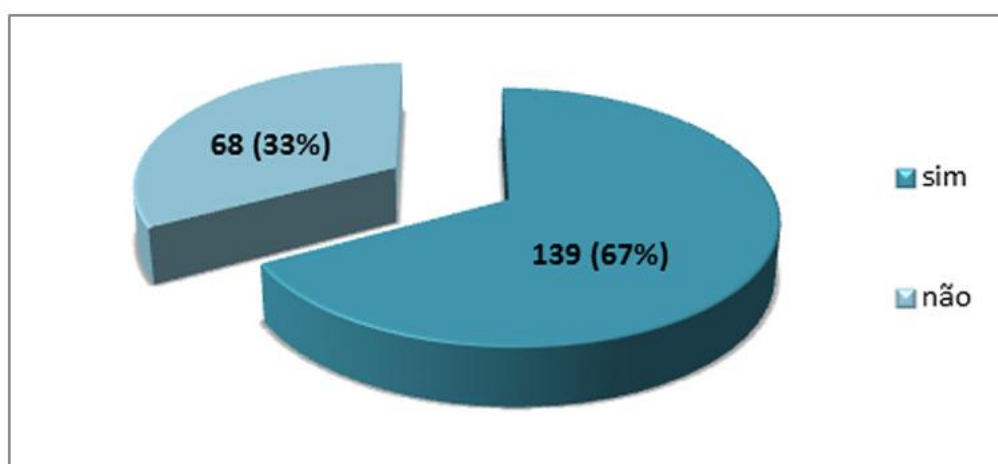
³Release publicado em 05/03/2013 no Portal da Prefeitura da cidade. Disponível em: <<http://www2.santoandre.sp.gov.br/index.php/noticias/item/6490-Administracao-presta-contas-sobre-iluminacao-publica-e-anuncia-plano-de-acao>>. Acesso em: 14/11/2013.

Fig. 3: Pertinência das reclamações



Fonte: tabulação reclamações Reclame aqui Cidades.

Fig. 4: Quantidade de reclamações respondidas, em número e percentual



Fonte: tabulação reclamações Reclame Aqui Cidades.

Das 139 demandas respondidas, 132 são oriundas da Prefeitura de Santo André, o restante representa Diadema e Mauá. São Bernardo do Campo, apesar de um volume de reclamações significativo, não respondeu a nenhum dos questionamentos, assim como as cidades restantes, São Caetano do Sul, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

No entanto, apesar do montante de respostas de Santo André, em diversas situações, os esclarecimentos apresentavam uma resposta padrão, muitas vezes questionada em réplicas pelos reclamantes.

Outro dado relevante é a fonte das respostas. Em Santo André o autor de todas as respostas é a ouvidoria da cidade, diferentemente das respostas oriundas de Diadema e Mauá que foram feitas pela Secretaria de Comunicação de suas respectivas cidades. No caso de Santo André, a ouvidoria vem exercendo um papel significativo na comunicação com o munícipe. Ouvir os anseios é uma forma das organizações se adaptarem aos anseios da sociedade.

A ouvidoria, por exemplo, deve ser entendida como uma “mídia organizacional”, capaz de alterar a cultura organizacional de uma empresa (IASBECK, 2011, p. 29).

Visando esclarecer qual seria a fonte considerada ideal para resposta das reclamações, foi enviada uma complementação de perguntas para as cidades que não responderam a nenhum dos questionamentos e perguntamos para todas se existe ouvidoria constituída na cidade.

Quadro 2 – Questões complementares

Questão	SA	SBC	SCS	DIADEMA	MAUÁ	RIB. PIRES	RG SERRA
Por que as reclamações não foram respondidas na cidade?	-	Não chegou	Não chegou	-	-	Prioridade são outros canais.	Não chegou
A cidade possui ouvidoria?	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO

Fonte: questionário complementar elaborado pelo pesquisador.

A ouvidoria de Santo André também foi indagada para entender o porquê das respostas contínuas apresentadas às reclamações da cidade. Segundo informação passada, o próprio Reclame Aqui Cidades entrou em contato sugerindo o cadastramento para receber as reclamações.

Da mesma forma, para complementar a pesquisa, entramos em contato com o fundador do portal de reclamações e observamos que, pela operação recente da plataforma direcionada às administrações públicas, ainda existem “ruídos” na relação com as prefeituras. Portanto, o processo de cadastramento das ouvidorias não foi unificado em todas as cidades.

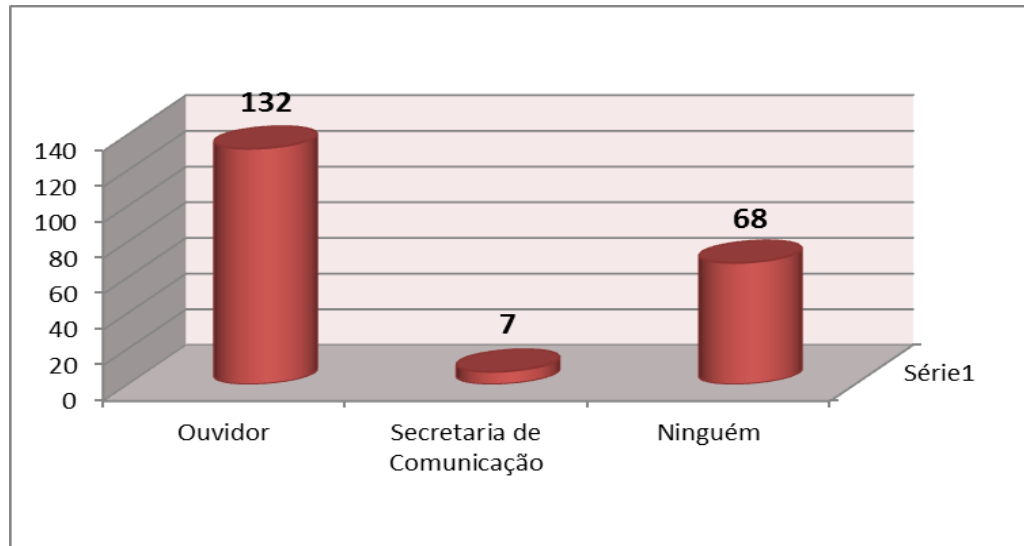
Maurício Vargas, proprietário do portal Reclame Aqui, esclarece:

Ainda está um pouco confuso dentro das prefeituras e dentro da empresa. A nossa ideia é falar com a ouvidoria. Mas, segundo o nosso estudo, apenas 10% das prefeituras têm uma ouvidoria. Na maioria das vezes quem responde é a assessoria de imprensa. Faço uma analogia com o ReclameAQUI empresas. No começo também era assim. Quem respondia era a assessoria de imprensa e jurídico. Nossa intenção e planejamento é que, dentro de 4 anos, as ouvidorias dos municípios sejam em torno de 50%. Como o trabalho está no início, nós não entramos em contato com as prefeituras. Vamos começar este trabalho em março de 2014.⁴

⁴ Resposta enviada por e-mail pelo proprietário do portal Reclame Aqui.

Observando esse parecer, fica claro que a precocidade do objeto de estudo, de certa forma, influencia no resultado da pesquisa. Pois, como o sistema de trabalho ainda passa por ajustes, o volume de respostas e reclamações tende a apresentar outra configuração com o decorrer dos anos, podendo, sem sombra de dúvidas, ser fruto de novas análises científicas.

Fig. 5: Fonte das respostas



Fonte: tabulação reclamações Reclame Aqui Cidades.

O índice de satisfação dos reclamantes no período analisado foi pouco significativo na análise da região como um todo. Quase todos os casos que apresentaram algum elemento de solução do problema, 24, foram de Santo André e apenas um de Diadema. No entanto, mesmo com a aparente solução dos questionamentos, os comentários de satisfação agradecem diretamente o portal pela conquista e não à prefeitura executora da ação.

Considerações finais

Com base nos dados observados é possível destacar a maior participação dos moradores de Santo André na rede social Reclame Aqui Cidades, e da mesma forma é a cidade que mais responde as demandas, mesmo muitas vezes apresentando uma resposta-padrão de encaminhamento. Observa-se preocupação enquanto estratégica de comunicação nas respostas de Diadema e Mauá, pois mesmo com um volume reduzido de reclamações alguns

atendimentos pontuais foram realizados. A postura de São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul, de ignorar a mídia social, contrasta com o potencial econômico de cada cidade que contam com amplo acesso da população à Internet. Já Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra apresentam pouca adesão dos moradores.

Indagou-se às secretarias de comunicação das prefeituras que não responderam para avaliar os motivos apresentados. São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul e Rio Grande da Serra informaram que não chegou nenhuma reclamação ou contato de reclamações do Portal Reclame Aqui Cidades. Já Ribeirão Pires enviou nota informando que

tendo em vista que a equipe técnica do setor é reduzida, são estabelecidas prioridades de atendimento, como pelo Facebook da Prefeitura. Os investimentos da Prefeitura incluem melhorias no site, que serão possibilitadas com a finalização de contratação de empresa especializada (processo em andamento). Para os próximos anos, também serão investidos recursos em novas ferramentas para facilitar o trabalho, possibilitando também ampliar ações, por exemplo o acompanhamento de páginas como o Reclame Aqui.⁵

As alegações apresentadas pelas secretarias de comunicação reforçam os elementos para diagnosticar ruídos na relação com o portal, pois, com exceção de Ribeirão Pires, que admite uma questão de escolha prioritária dos canais, as demais não argumentam não receber reclamações do Reclame Aqui Cidades.

Pela natureza exploratória da pesquisa, podemos levantar certas hipóteses. Uma delas é que o maior volume de reclamações registradas em Santo André deve-se, justamente, pelo alto número de respostas. Ou seja, como o canal de comunicação *funciona*, o munícipe adere à ferramenta.

Outro ponto observado é que o processo de comunicação entre cidadãos e prefeituras do ABC, via Reclame Aqui Cidades, ainda apresenta entraves que só serão superados em 2014, conforme afirmação da organização. No entanto, é possível observar que o portal capta elementos de cidadania impressos nas reclamações via mídias sociais, ampliando a voz do munícipe para que seja ouvido pelos órgãos competentes.

⁵ Resposta enviada por e-mail pela assessoria de imprensa da prefeitura de Ribeirão Pires no dia 14/11/2013.

Outro ponto de destaque, a ouvidoria, ficou claro durante a pesquisa que Santo André conta com o sistema mais consonante com as reclamações online, uma vez que, mesmo com a recente implementação da ferramenta Reclame Aqui Cidades, não deixou nenhum questionamento em aberto. Já outras cidades que mantêm ouvidoria, como São Caetano do Sul, Mauá e Ribeirão Pires, não figuram com nenhuma resposta no período. No caso de Mauá e Diadema, que responderam alguns questionamentos, o autor dos encaminhamentos e esclarecimentos foi a assessoria de imprensa das prefeituras.

Em síntese, com base na avaliação regional possibilitada pela pesquisa, observa-se dentro da região do ABC um interesse de certa fatia da sociedade em utilizar as ferramentas virtuais e as redes sociais para resolver trâmites burocráticos e pedir a solução dos problemas em seu bairro. No entanto, não há de fato, dentro da gestão pública do Grande ABC, um foco direcionado a atender a este público como prioridade. Os canais disponíveis apresentam opções moderadas como segunda via de cobranças e fale conosco, mas não há um acompanhamento de suas solicitações e retorno do status. Ou seja, o morador eleitor não foi tratado como um cliente dentro da gestão pública, pelo menos dentro do período analisado. Em muitas reclamações postadas no Portal Reclame Aqui Cidades, em diversas ocasiões, os municípios informaram que recorreram ao portal como última alternativa, uma vez que estavam cansados de solicitar serviços pelos canais de atendimento convencionais e não obterem resposta.

Não há como negar que os portais demonstram claramente um variado leque de informações das ações de governo. Notícias atualizadas pela equipe de jornalistas das respectivas cidades fazem coro em todos os municípios, assim como a estrutura de uma assessoria de imprensa. No entanto, a postura estratégica de neutralizar uma possível pauta negativa, que surge por meio da simples reclamação dos municípios, falta à comunicação pública regional.

A comunicação pública como foco na cidadania exercida nas novas plataformas tecnológicas é um desafio para os profissionais. Principalmente porque o panorama apresenta de certa forma um complexo cenário ainda em formação. Com o surgimento de novas mídias sociais, que ganham rápida

adesão dos usuários, é preciso definir estratégias e metodologias de trabalho para que o atendimento seja suportado pelos departamentos públicos.

O governo eletrônico traz, como toda a tecnologia, novas alternativas de inteligência, monitoramento e controle de dados que podem ser explorados por diversas áreas da comunicação. Ainda mais pela comunicação pública das prefeituras que representam, entre todas as esferas, o laço mais estreito com seu público-alvo, o cidadão.

REFERÊNCIAS:

ANDRADE, P. Corpo virtual e Web 2.0: escritas do feminino na Internet e na blogosfera. Revista do **Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa**. Lisboa: nº 7 (2007). Disponível em: <http://www.cecl.com.pt/workingpapers/files/ed7_corpo_virtual_web2.pdf>. Acesso em: 10/10/2013.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BRANDÃO, P.; BUENO, W. da Costa; MARTINS, L.; MATOS, H. ; MONTEIRO, M. da Graça; NOVELLI, A. Lucia. Conceito de comunicação pública. In: JORGE DUARTE. (org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

BUENO, W. da Costa. (Org.) **Comunicação Empresarial: Tendências e Perspectivas**. ed. 1. São Paulo: All Print, 2012.

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DINES, A. **Conceitos de serviço público: media, estatais e privados**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/conceitos-de-servico-publico-media-estatais-e-privados>>. Acesso em: 15/07/2013.

DOMINGUES, I. Qualidade nos serviços públicos – constrangimentos e possibilidades. **Revista Episteme**. Lisboa: Universidade Técnica, nº 13-14 (2004): 225-242. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6382/4/Qualidade%20nos%20servi%C3%A7os%20p%C3%ABlicos%20-%20possibilidades%20e%20bloqueios.pdf>>. Acesso em: 10/10/2013.

DUARTE, J. **Comunicação Pública**. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em: <<http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%ABblicaJDuartevf.pdf>>. Acesso em: 15/07/2013.

GALINDO, D.; BASSETTO, J. **As muitas vozes do consumidor contemporâneo ecoam na ágora virtual**. Recife: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.danielgalindo.ppg.br/As%20muitas%20vozes%20do%20consumidor%20contemporaneo%20ecoam%20na%20agora%20virtual.pdf>>. Acesso em: 14/09/2013.

GERZSON, V. R. S.; MÜLLER, K. M. Procac/Canoas: comunicação pública e relacionamento com o cidadão. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, v. 1, n. 38, abr. 2009. Disponível em: <<http://revistas.eletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5302/3872>>. Acesso em: 10/10/2013.

KRÖHLING KUNSCH, M. M. Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. **Signo y Pensamiento**, n. 51. 2007, p. 38-51.

HASWANI, M. Furlan. Comunicação Governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. **Organicom**. São Paulo, 2006, p. 25-39. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/intex/php/organicom/article/view/53/18>>. Acesso em: 12/10/2013.

IASBECK, L. C. A. **Ouvidoria: mídia organizacional**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

JOSGRILBERG, F. Tecnologia e sociedade: entre os paradoxos e os sentidos possíveis. **Comunicação & Educação**, Brasil, v. 10, n. 3, 2008. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/view/5154/4782>>. Acesso em: 04/05/2013.

LÓPEZ, J. C. J. Proposta geral de comunicação pública, p. 246-267. In: DUARTE, Jorge (Org.) **Comunicação Pública, Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

MAIA, R. Redes cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo. **Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política**. n. 2, p. 110-134, 2008. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/6363>>. Acesso em: 10/10/2013.

MOUNIER, P. **Os donos da rede: as tramas políticas da Internet**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

NOVELLI, A. L. C. Romero. O papel institucional da comunicação pública para o sucesso da governança. In: **Organicom: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas**. São Paulo: ECA/ USP, Ano 3, nº 4, 2006.

RECUERO, R. Rede Social. In: SPYTER, J. (Org). **Para Entender a Internet – Noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. E-livro Nãozero: 2009. Disponível em: <<http://www.next.icict.fiocruz.br/arquivos/Para+entender+a+Internet.pdf>>. Acesso em: 12/10/2013.

ROMAN, A. **O e-mail nas organizações:** reconstrução da sociabilidade perdida. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista3/68.pdf>. Acesso em: 01/09/2013.

SOUZA, M. G. de. **Neoconsumidor – Digital, Multicanal e Global.** São Paulo: GS&MD Editores, 2009.

VIEIRA DA COSTA, J. R. (Org.). **Comunicação de interesse público: ideias que movem pessoas a fazer um mundo melhor.** São Paulo: Jaboticaba, 2006.