

As ouvidorias virtuais e suas marcas discursivas¹

Cleusa Maria Andrade SCROFERNEKER ²

Francielle Benett FALAVIGNA³

Luciana Buksztejn GOMES⁴

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

Resumo

(Re) pensar as ouvidorias universitárias considerando as suas marcas discursivas se constitui no principal objetivo do presente artigo. A partir das lentes da filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin e com base nas apresentações que as ouvidorias das IES selecionados fazem de si, evidenciamos, que as escolhas lexicais presentes nesses textos não apenas descrevem funções institucionais, mas também produzem sentidos sobre o modo como a instituição compreende suas formas de interação com os públicos, revelando tensões entre uma perspectiva mais instrumental e outra potencialmente dialógica da comunicação.

Palavras-chave: Ouvidorias Universitárias; Marcas discursivas; Comunicação dialógica; Círculo de Bakhtin; Filosofia da linguagem.

Considerações Iniciais

Em 2025, quando da apresentação do trabalho “As [Novas] Ouvidorias Universitárias nas Instituições de Ensino Superior Brasileiras” no XIX Congresso da Abrapcorp, destacamos alguns dos achados da nossa pesquisa iniciada em março de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Discursos, Identidades e Relações de Poder (Mudar para a atividade que irá enviar) atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Pós-Doutorado e Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora Titular da Escola de Comunicação, Artes e Design – Famedcos/PUCRS. Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Estudos Avançados em Comunicação Organizacional – GEACOR/CNPq. Bolsista PQ/CNPq 2024-2027. E-mail: scrofer@pucrs.br.

³ Doutora e Mestra em Comunicação Social pelo PPGCOM/PUCRS e relações-públicas pela mesma instituição. Professora na PUCRS. Integrante do GP CNPq Cuidar_Com, do projeto de extensão Comunicação de risco em comunidades vulneráveis e do Grupo de Pesquisa em Estudos Avançados em Comunicação organizacional – GEACOR/CNPq. E-mail: francielle.falavigna@pucrs.br.

⁴ Doutora e Mestra em Comunicação pelo PPGCOM/PUCRS, com graduação em Relações Públicas pela Unisinos e em Direito pela PUCRS. Professora convidada em cursos de pós-graduação, atualmente exerce a função de Procuradora Educacional Institucional e Coordenadora de CPA na PUCRS. Membro do Grupo de Pesquisa em Estudos Avançados em Comunicação organizacional – GEACOR/CNPq. E-mail: lucianabg.comunica@gmail.com.

2024. Na oportunidade, afirmávamos que o fato das ouvidorias estarem disponibilizadas em espaços presenciais e/ou virtuais não assegurava que a comunicação – pautada na escuta e no diálogo – acontecesse. Essa constatação nos estimulou a buscar o que denominamos de marcas discursivas nas apresentações das ouvidorias, ou seja, como informam sobre si em seus sites.

As ouvidorias são, geralmente, concebidas como canal, ferramenta ou instrumento de comunicação entre a organização e seus públicos de interesse. Para além dessa dimensão instrumental, entendemos que as ouvidorias devam ser consideradas em sua dimensão estratégica, principalmente por constituir-se em um importante espaço de comunicação dialógica. No portal do Fórum Brasileiro de Ouvidores Universitários e Hospitais Universitários (FNOH, 2023) destacamos uma concepção atualizada sobre Ouvidoria. De acordo com Bertachini (2023),

A implantação de uma Ouvidoria-Geral numa IES tem como objetivo a identificação e a solução de possíveis problemas existentes e, principalmente, devido a sua característica de um atendimento personalizado, autonomia de ação e imparcialidade, ser apresentada como 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.

Sob a perspectiva do SINAES, em 2004, a concepção de ouvidoria assumia um viés instrumental, em sua concepção de canal de comunicação, revelada pela expressão receber/encaminhar. Destacamos que, apesar da expressão ‘colaboradores’ – uma subversão, ao nosso ver, de funcionários/empregados – revela, em parte, um caráter mais dialógico da Ouvidoria.

No projeto, atualmente em desenvolvimento, igualmente aprovado pelo CNPq, estabelecemos como recorte as ouvidorias que estão identificadas e/ou relacionadas nos portais das cinco melhores Instituições de Educação Superior de acordo com o ranking da Folha (RUF 2025) e QS World University 2025-2026. Para esse artigo, selecionamos as três melhores IES nos dois rankings: Universidade de São Paulo, Universidade de Campinas, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

O nosso percurso de análise

Os portais dessas universidades foram visitados para identificação das ouvidorias que disponibilizavam páginas próprias. A partir desse levantamento, realizamos uma

análise comparativa das narrativas institucionais presentes nesses espaços, buscando identificar marcas discursivas que permitissem compreender como as ouvidorias se apresentam e se posicionam no interior das universidades. Partimos do entendimento de que tais marcas contribuem para evidenciar a concepção de comunicação que orienta essas estruturas, especialmente no que diz respeito à possibilidade de relações mais dialógicas e/ ou, mais instrumentais entre organização e seus públicos.

Ao observar os textos e as imagens de apresentação das ouvidorias, torna-se necessário reconhecer que esses enunciados não apenas descrevem atribuições institucionais, mas também produzem sentidos sobre a própria relação entre universidade e sociedade. Morin (2011, p. 87) enfatiza essa dimensão recursiva do social ao afirmar que “os indivíduos, em suas interações, produzem a sociedade, que produz os indivíduos que a produzem”. A partir dessa compreensão, torna-se especialmente relevante observar como as ouvidorias são discursivamente apresentadas pelas universidades. De um lado, a possibilidade de analisarmos o quanto as ouvidorias se descrevem como capazes de identificar situações que necessitam intervenções para a elaboração de políticas internas e tomadas de decisão; de outro, o quanto esses espaços são descritos como “canais” de comunicação entre instituição e usuários, o que remete a uma concepção informacional e transmissiva da comunicação.

A filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin contribui para aprofundar essa compreensão ao enfatizar o caráter social e dialógico da linguagem. Dessa forma, analisar as apresentações institucionais das ouvidorias implica observar os enunciados por meio dos quais essas estruturas são discursivamente constituídas. Para Bakhtin (2011) a palavra nunca é neutra, pois carrega marcas sociais e valorativas. Assim, as escolhas lexicais presentes nos textos institucionais das ouvidorias, como “canal”, “receber”, “encaminhar”, “dialogar” ou “mediar”, podem revelar diferentes concepções de comunicação e de relação entre universidade e públicos.

Com base nessas perspectivas teóricas, analisamos comparativamente as apresentações institucionais das ouvidorias das universidades selecionadas,

buscando compreender como essas narrativas institucionais constroem sentidos sobre as ouvidorias (Quadro 1).

Quadro 1 – O que as Ouvidorias dizem de si

Instituição	O que as Ouvidorias dizem de si
Universidade de São Paulo (USP)	“Somos um pós serviço , que recebe reclamações, denúncias, sugestões e elogios referentes aos serviços que são ou foram prestados pela Universidade de São Paulo. (...) É um órgão independente e neutro que auxilia estudantes, professores e funcionários a resolver de maneira justa, os problemas que surgem no dia a dia da universidade ”.
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)	“A Ouvidoria de Serviços Públicos da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) atua na mediação de questões que envolvem a administração da Universidade, seus servidores, alunos e a comunidade externa. O processo da Ouvidoria Geral consiste em receber as manifestações dos usuários, analisá-las, orientar, encaminhar às áreas responsáveis pelo tratamento ou apuração, responder ao manifestante e, por fim, concluir a manifestação. A manifestação é um canal para que o usuário expresse seus anseios, angústias, dúvidas, opiniões e sua satisfação com um atendimento ou serviço recebido”.
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	À Ouvidoria [...] é um órgão de natureza mediadora, sem caráter administrativo deliberativo, executivo, judicativo e exercerá suas funções junto às unidades acadêmicas, unidades suplementares, centros universitários e órgãos da administração da UFRJ , para o alcance de suas finalidades. O objetivo geral da Ouvidoria é a criação de mais um canal condutor das opiniões, sugestões, reclamações e problemas da sociedade e da comunidade acadêmica da UFRJ, que visa garantir os direitos dos cidadãos, concretizando, dessa forma, o princípio da eficiência, os princípios da ética e da transparência nas relações com a sociedade.

Fonte: elaborada pelas autoras com base nas informações disponibilizadas pelas Ouvidorias das três Universidade.

Evidenciamos, pela análise das informações disponibilizadas pelas Ouvidorias, que ainda permanece o seu viés instrumental, no sentido de receber e encaminhar demandas. A expressão ‘canal’ está explícita nas apresentações das Ouvidorias da Unicamp e da UFRJ. Em relação à ouvidoria da USP, embora não conste na apresentação, a expressão diálogo é mencionada quando é informado no site: **O que a Ouvidoria pode fazer por você, ou seja, “Promover e facilitar o diálogo entre a sociedade e a Universidade”.**

Fragmentos (in)conclusivos...

A presença dessas diferentes escolhas discursivas evidencia concepções distintas de comunicação nas narrativas institucionais sobre as ouvidorias. Quando definidas como “canais”, essas estruturas tendem a ser posicionadas no campo da circulação de informações e do encaminhamento de manifestações. Já a referência ao diálogo sugere uma compreensão mais relacional da comunicação, na qual a ouvidoria pode assumir um papel de mediação entre universidade e sociedade. As escolhas lexicais presentes nesses textos, portanto, não apenas descrevem funções institucionais, mas também produzem sentidos sobre o modo como a instituição compreende suas formas de interação com os públicos.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BAKHTIN, Mikhail. **Teoria do romance I: a estilística**. São Paulo: Editora 34, 2017.

BERTACHINI, Luciana. **As ouvidorias no setor de ensino**. Brasília: FNOU, 2023. Disponível em: <https://www.fnouh.com/as-ouvidorias-universitarias>. Acesso em: 20 fev. 2026.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

QS WORLD UNIVERSITY RANKINGS. **Latin America & The Caribbean 2025**. Disponível em: <https://www.topuniversities.com/latin-america-south-america-rankings/2025>. Acesso em: 15 fev. 2026.

RANKING UNIVERSITÁRIO FOLHA. **Ranking de universidades 2025**. São Paulo: Folha de S.Paulo, 2025. Disponível em: <https://ruf.folha.uol.com.br/2025/ranking-de-universidades/principal>. Acesso em: 15 fev. 2026.

SISTEMA NACIONAL DE AVALIAÇÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR (SINAES). **Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior**. Brasília, 2004. Disponível em: https://www.gov.br/mec/pt-br/media/sesu/pdf/destaques/nadja_maria_valverde.pdf. Acesso em: 20 fev. 2026.

UNICAMP. **Ouvidoria**. Campinas, 2026. Disponível em: <https://ouvidoria.unicamp.br/>. Acesso em: 20 fev. 2026.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP). **Ouvidoria**. São Paulo, 2026. Disponível em: <https://www5.usp.br/ouvidoria/>. Acesso em: 20 fev. 2026.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ). **Ouvidoria**. Rio de Janeiro, 2026. Disponível em: <http://www.ouvidoria.ufrj.br/>. Acesso em: 20 fev. 2026.