Diagnóstico

Valéria Castro

Diagnóstico

- Conceito: instrumento que descreve e analisa a real situação da empresa diante daquela que a organização pretende alcançar.
- Finalidade: evitar desafios em momentos em que a organização esteja despreparada
- Premissas
  - Considerar ambiente entorno e suas variáveis relevantes para identificação das oportunidades e ameaças
  - Conhecimento das fortalezas e fraquezas da organização com base na análise da organização-cliente e da concorrência
  - Análise interna e externa integrada, contínua e sistêmica

Componentes

- Visão
  - Delineia o planejamento por indicar o que a empresa quer ser.
  - Deve estar correlacionada à missão.
  - Deve ser coerente com o que a organização se propõe a fazer e o que efetivamente realiza.
- Análise macroambiental
- Análise setorial
  - Pesquisa de dados secundários junto a fontes externas
  - Benchmark
  - Análise de clipping
- Análise interna (foco na comunicação institucional)
  - Pesquisa de dados secundários levantadas em fontes internas
  - Entrevista com pessoas-chave na organização
- Pesquisa com os públicos estratégicos (foco na comunicação institucional)

Etapas

- Identificação dos problemas: pesquisa de dados secundários e primários já realizadas
  - ✓ Cuidado para não confundir problemas com os seus sintomas
- Priorização dos problemas
  - ✓ Grau de importância: o quanto interferem na consecução da missão e visão
- Identificação de suas causas e efeitos dos problemas verificados e priorizados

Etapas

- Comparação entre situação atual e a desejada
  - Confronta-se as atividades e processos desenvolvidos pela empresa com as que se pretende desenvolver para atingir visão e cumprir missão: O que é? O que pretende ser?
  - Determina-se a distância entre uma situação e outra.
  - Indica-se o que necessita ser alterado

Prognóstico

- Entender as consequências provocadas pela não adoção de medidas preventivas a curto, médio e longo prazos.
- Visão de futuro
- Considera os itens relevantes levantados no diagnóstico e suas consequências, com estimativa de temporalidade.

Referências

- NUNES, Marina Martinez. Redação em Relações Públicas. Cap. 3, Diagnóstico e Prognóstico. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1995, pp.23-26.
- TAVARES, Mauro Calixta. Gestão Estratégica. São Paulo: Atlas, 2000.
- BASEGGIO, Ana Luisa. O diagnóstico aplicado às relações públicas: uma análise de seus aspectos teóricos e empíricos. Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, São Paulo, v. 6, n. 10/11, p. 176-189, fev. 2009

  BASEGGIO, Ana Luisa. Diagnósticos em RP. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; FOSSATI, Nelson Costa (orgs.). Práticas Acadêmicas em RP: processos, pesquisas e aplicações. Porto Alegre: Editora Sulinas, 2011. Pp 119-142.
- FIGUEIREDO, Suzel. A contribuição dos métodos de diagnóstico e mensuração para a comunicação corporativa. Organicom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, São Paulo, v.2, n.2, p. 185-201.