

# Pesquisa em Relações Públicas

Valéria Castro

# Por que investir em pesquisa?

- Para compreender os interesses específicos
- Para “aproximar” a alta gestão com os públicos
- Para antecipar problemas
- Para obter informações confiáveis para a elaboração de um plano

# Abordagens de Pesquisa

- Pesquisa estratégica ou formativa
  - Utilizada para no processo de planejamento
  - Voltada para identificação de cenários e problemas
  - Auxilia na determinação dos objetivos e estabelecimento da estratégia geral
  - Auxilia no contato com os públicos de uma organização
  - Auxilia no desenvolvimento da estratégia da mensagem

# Abordagens de Pesquisa

- Pesquisa avaliativa
  - Realizada para determinar a eficácia de um programa de Relações Públicas: objetivos foram alcançados?
  - Pode ser realizada como ferramenta para identificar falhas na campanha ou programa com o propósito de melhorar desempenho futuro.
- Dados a serem levantados
  - Que ações foram realizadas?
  - Onde foram realizadas?
  - Quando foram realizadas?
  - Quem as realizou?
  - Como o programa foi implementado ?
  - Quanto está próximo do planejado?

# Usos da pesquisa de RP

- Estudos de opinião pública/ monitoramento do ambiente
  - Acompanha as tendências de opinião e acontecimentos sociopolíticos do entorno
- Auditoria de Relações Públicas
  - Avalia a posição de uma organização diante de seus públicos: estudos de imagem e pesquisa de audiência
- Auditoria de Comunicação
  - Avalia as atividades e instrumentos de comunicação interna e externa
- Auditoria Social
  - Investiga a atuação da empresa enquanto cidadã

Lerbinger, 1977.

# Pesquisas de Relações Públicas

- Pesquisa de opinião
  - Busca identificar a **opinião de um público** a respeito de uma questão ou organização
- Pesquisa de imagem
  - Levanta a **percepção de imagem de um público** acerca de uma organização ou marca.
- Auditoria de Comunicação
  - Avalia o sistema de comunicação administrativa e interna de uma organização.
- Auditoria de imagem
  - Busca identificar a **imagem percebida pelos públicos estratégicos** de uma organização.
- Auditoria de opinião
  - Ouve **os públicos representativos** para uma organização em um dado cenário ou **formadores de opinião** sobre temática de interesse.