

AULA 1 – Usos e importância da pesquisa em Relações Públicas

AGENDA

- Pesquisa pura x pesquisa aplicada
- A pesquisa aplicada em Comunicação
- Critérios para uma pesquisa eficiente
- Por que investir em pesquisa?
- Abordagens e usos de pesquisa em Relações Públicas



Prof^a Valéria Castro



Pesquisa Pura x Pesquisa Aplicada

Pesquisa Pura/ Científica	Pesquisa Aplicada/ Empírica
É conduzida para comprovar, clarificar e refinar objetivos e hipóteses teóricas;	É conduzida com o propósito de examinar e resolver problemas práticos;
Finalidade: aprimorar o conhecimento científico;	Propõe sugestões para a mudança;
Orientada para conclusões teóricas.	É orientada para a tomada de decisão.

PESQUISA APLICADA EM COMUNICAÇÃO

CARACTERÍSTICAS

- Investigação ou avaliação sistemática, controlada e crítica do fenômeno da comunicação humana.
- A pesquisa aplicada é guiada por hipóteses e/ou embasamento teórico.
- É conduzida em campo usando triangulação de métodos, ou seja, buscando utilizar-se de vários métodos com o propósito de obter informação mais objetiva.
- Os resultados têm que ser aplicáveis, senão a investigação é pura.



FATORES A CONSIDERAR NO PROCESSO DE PESQUISA

- O relacionamento entre cliente e consultor/ assessoria
conhecer políticas da empresa
estabelecer limites de atuação para a pesquisa: o que e como pesquisar.
- Tipo de projeto e tópicos a abordar
natureza, utilidade e razão da pesquisa.
- A negociação do projeto
contingências contratuais
respeito por sua integridade conceitual e metodológica.



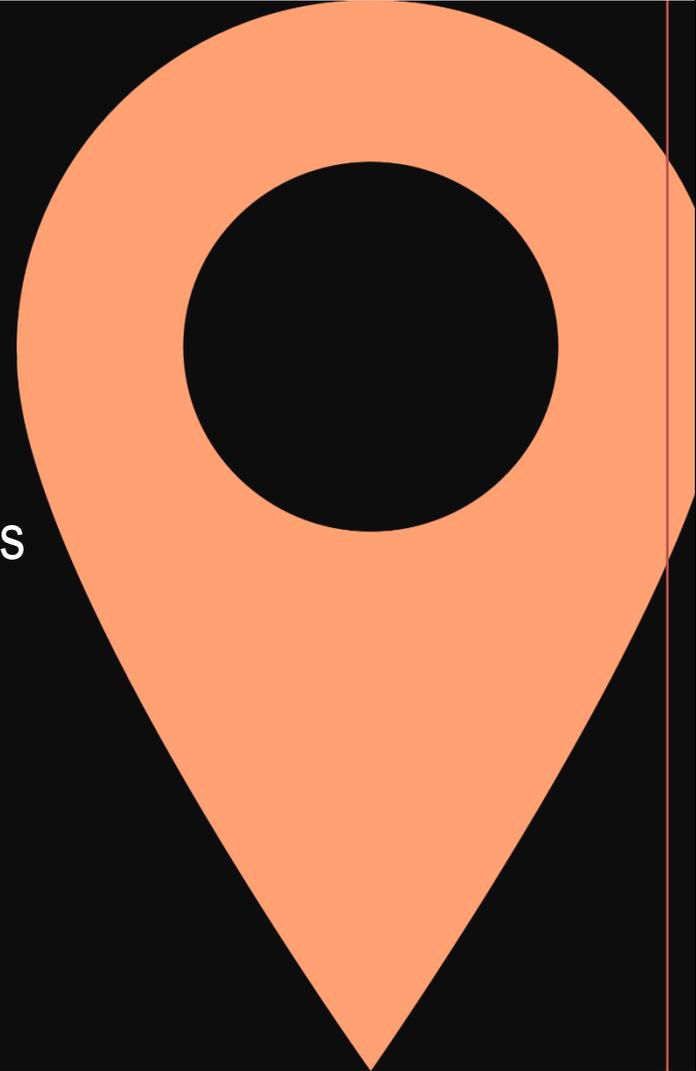
Critérios para uma pesquisa eficiente

- Identificar tema(s) relevante(s) e real(is).
- Utilizar teoria para guiar a pesquisa.
- Estabelecer relação das variáveis firmadas na(s) hipótese(s).
- Escolha do instrumental para coleta de dados: análise de documentos, entrevistas, questionários, observação direta, observação indireta, *focus group*.
- Delinear a validade interna da pesquisa.
- Delinear a validade externa da pesquisa.



Por que investir em pesquisa?

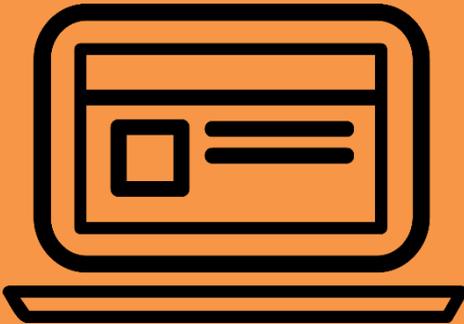
- Para compreender os interesses específicos
- Para “aproximar” a alta gestão com os públicos
- Para antecipar problemas
- Para obter informações confiáveis para a elaboração de um plano



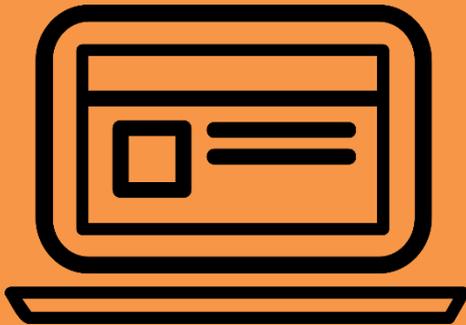
ABORDAGENS DE PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS

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 EM RELAÇÕES PÚBLICAS



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.