

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.