



AVALIAÇÃO E MENSURAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Marcielly Cristina Moresco¹, Marlene Marchiori²

RESUMO: A avaliação e a mensuração conferem uma visão mais científica e profissional para as áreas, favorecendo a apresentação de rendimentos econômicos e evidenciando as ações intangíveis por meio de números e relatórios. Entende-se por avaliação a análise e verificação do desempenho e eficácia das ações de comunicação, propondo correções e procedimentos necessários para alcançar os resultados. Essa etapa avalia o sucesso ou fracasso dos esforços de Comunicação e Relações Públicas. Já a mensuração identifica e determina o valor do resultado alcançado através de técnicas de medição. Assim, parte-se do pressuposto que a Comunicação e as Relações Públicas são estratégicas quando avaliam e mensuram os resultados. Mas, como as Relações Públicas estratégicas praticam essas funções e de que forma mensuram o relacionamento público-organização? Com o intuito de esclarecer esse problema e com o propósito de provar a importância de um programa planejado e estruturado na avaliação e mensuração de resultados, este trabalho pode ainda representar um avanço nos estudos teóricos sobre a atuação estratégica das Relações Públicas. De fato, quando a organização define seus objetivos a longo prazo, alinhados com os objetivos da Comunicação e das Relações Públicas, deixa de ser simplesmente tática e passa a atuar de forma estratégica, com ações que efetivem relacionamentos e captação de recursos. Embora, as duas funções estejam presentes nas organizações e sejam dependentes uma da outra, elas se diferem pois, a função tática de Relações Públicas é responsável pelas atividades técnicas e tomadas de decisões diárias. Já a função estratégica engloba ações que visam objetivos e soluções a longo prazo, com reações pró-ativas pensadas e realizadas juntamente com a administração da organização. Como esses conceitos são intrínsecos, é importante que as ações de avaliação e mensuração sejam discorridas e programadas ainda no planejamento estratégico. A realização deste projeto envolve um estudo bibliográfico que será a base para a construção do instrumento, propiciando o levantamento de informações e dados que respondam o problema proposto. O campo da pesquisa se dá com as 500 maiores empresas do Brasil, pela ordem de vendas em 2009, utilizando o método de pesquisa exploratória que proporciona uma visão geral e formação de idéias para o entendimento do problema. Acreditasse a priori, que cada organização tem um planejamento estratégico próprio para a comunicação com seus públicos e faça uso de técnicas de medição e avaliação. O que é de interesse desta pesquisa é desvendar se as Relações Públicas, na função tática e na estratégica, avaliam suas ações e mensuram os resultados dentro do processo de comunicação. Após a fase da coleta de dados com questionário estruturado com questões abertas e fechadas, o qual será aplicado ao gestor de comunicação da organização, será feita a comparação e a conclusão dos resultados. Assim, o trabalho contribui no aprofundamento sobre o tema, o que certamente ampliará o valor das ações de avaliação e mensuração nesse campo. Entende-se como essencial demonstrar para as organizações o valor dessa atividade, o que só pode ser realizado a partir de processos que avaliem a prática nas organizações.

PALAVRAS-CHAVE: Avaliação, estratégica, mensuração, relações públicas.

¹ Acadêmica do Curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas da Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina – Paraná. Bolsista do Programa de Iniciação Científica da UEL (PROIC/UEL). cellymoresco@hotmail.com

² Pós-doutora pela *Purdue University*, Estados Unidos. Pesquisadora e Professora associada de pós-graduação e graduação da Universidade Estadual de Londrina, Londrina - Paraná. Pesquisadora líder do GEFACESCOM e GECORP. marlenemarchiori@gmail.com