

026

ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS UTILIZANDO A PESQUISA DE OPINIÃO. *Valmor Rhoden, Solange C. Cazarotto, Jocélia M. Mainardi* (Departamento de Ciências da Informação, Curso de Comunicação Social, UFSM).

O poder da Opinião Pública na sociedade moderna é determinante para o sucesso de qualquer empreendimento empresarial, seja ele privado ou público, pois ela é a verdadeira fonte da autoridade. A Opinião Pública se forma a partir de uma corrente de opiniões, unânimes em uma mesma direção ou maior parte dos membros de um grupo social. A pesquisa de Opinião é uma forma objetiva de levantar dados referentes à Opinião Pública. O profissional de Relações Públicas, apesar de saber da importância dessas informações para traçar as estratégias de comunicação, levou muitos anos até utilizar esta técnica mais sistematicamente. A pesquisa revela informações claras sobre os públicos de uma determinada organização. É de valor incalculável para eficácia das estratégias no trabalho do Relações Públicas. Pois, é preciso conhecer a Organização antes de elaborar o plano de comunicação, porque a capacidade persuasiva de uma mensagem é uma função de compatibilidade da mensagem com o equilíbrio dinâmico no qual é injetada. Neste sentido, a pesquisa pode ajudar a dirigir as mensagens de uma organização de forma mais eficaz a seus públicos. Com este pensamento a Assessoria de Relações Públicas da Rádio Universidade, emissora oficial da Universidade federal de Santa Maria, desenvolveu no ano de 1997 uma Pesquisa de Opinião Pública com o objetivo de colher subsídios para fazer uma avaliação da programação da emissora e conhecer o perfil do público universitário, ouvinte ou não. O universo pesquisado relaciona-se aos três segmentos da UFSM, ou seja, professores, alunos e funcionários, divididos proporcionalmente de acordo com o número de representantes de cada segmento nos 8 centros de ensino, somados ao Hospital Universitário e Reitoria, a fim de evitar um sub dimensionamento da representação dos funcionários na amostra. A referida pesquisa apresentou importantes resultados, que ajudou nas definições de estratégias de comunicação e, ainda hoje, apesar de não existir mais Assessoria de Relações Públicas na Rádio Universidade da UFSM, devido a criação da Coordenadoria de Comunicação Social, estes resultados continuam sendo utilizados.