

Pesquisa de opinião pública do projeto quebrando o silêncio ¹

Sara Alencar dos Santos ²
Francinete Louseiro Almeida ³

Resumo

As Relações Públicas na busca de construir relacionamentos harmônicos com os públicos de interesse de uma organização deve se utilizar da pesquisa, ela é a base estratégica de todo o processo. A pesquisa de opinião pública é um tipo essencial de pesquisa, pois conhecer a opinião dos públicos é indispensável. As pesquisas permitem as organizações se posicionarem, mudarem suas ações, criar soluções para a atual situação. O presente artigo traz os resultados de uma pesquisa de opinião pública aplicada com os membros da Igreja Adventista do Sétimo dia do distrito Maiobão, que constatou as necessidades e lacunas dentro da comunicação do Projeto Quebrando o Silêncio.

Palavras-chave: Pesquisa de Opinião; Relações Públicas; Pesquisa;

1 Introdução

Relações Públicas, por meio de um processo, busca construir relacionamentos com os diversos públicos de uma organização. A comunicação organizacional, segundo Wilson Bueno (2009, p. 4), é o “conjunto integrado de ações, estratégias, planos, políticas e produtos planejados e desenvolvidos por uma organização para estabelecer a relação permanente e sistemática com todos os públicos de interesse”. A pesquisa é o ponto de partida para todas essas ações, a base de todo o processo.

O trabalho propõe-se apresentar o que alguns autores falam sobre a importância da pesquisa em relações públicas, em especial a pesquisa de opinião pública para a área. A seguir expõe os resultados de uma pesquisa de opinião pública aplicada com os membros da Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) do distrito

¹ Trabalho apresentado no XIV Congresso Internacional de Relações Públicas e Comunicação, realizado em Salvador, Bahia, Brasil, dias 22, 23 e 24 de outubro de 2014.

² Graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal do Maranhão, email: sarasalencar@gmail.com

³ Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, Mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense e Profa. Substituta do Departamento de Comunicação da UFMA, email: nethlouzeiro@yahoo.com.br

Maiobão sobre o Projeto Quebrando o Silêncio e quais suas sugestões para a melhoria do mesmo em seu distrito.

2 Pesquisa em Relações Públicas

Nas organizações contemporâneas o profissional de Relações Públicas se faz presente na parte estratégica, trabalhando com os públicos de interesse, buscando alicerçar um relacionamento permanente e sistemático. A organização não existe sem os públicos, estes são o propósito dos estudos de relações públicas, cabe ao profissional identificá-los e desenvolver estratégias diferenciadas para todos.

A profissão existe para construir relacionamentos, sendo mister para esse vínculo informações seguras, são elas que sustentam a ligação entre organizações e públicos.

Para a construção desses relacionamentos com os públicos, o relações públicas utiliza a pesquisa não simplesmente como um instrumento da área, mas como uma estratégia que embasa o planejamento. Sobre a importância da pesquisa, Lattimore et al. (2012, p. 101) comenta: “a pesquisa é uma função vital no processo de relações públicas, proporcionando as informações iniciais necessárias para planejar as ações de relações públicas e avaliar sua eficácia”. Pesquisar em Relações Públicas é deixar achismos e palpites de lado, em troca de informações concretas que embasem o planejamento, bem como todos os seus esforços.

Sobre a construção de relacionamentos entre organização e públicos com base em pesquisas, Dornelles comenta:

Como cabe às Relações Públicas administrar relacionamentos, também caberá a ela a preocupação de buscar informações de caráter científico que possam embasar a construção de seus diagnósticos e prognósticos que contemplem essa missão. (DORNELLES, 2007 p. 98)

Margarida Kunsch (2003) define o processo de relações públicas em quatro ações: pesquisa, planejamento, implantação e avaliação. Processo contínuo, dinâmico e que se interconecta sinergicamente. A pesquisa é o ponto de partida para todo o processo, ela dá o embasamento necessário para que todas as demais etapas sejam realizadas com eficácia.

As organizações são complexas, portanto trabalhar as funções de relações públicas também se torna um processo complexo e com grandes responsabilidades, Margarida Kunsch (2003, p. 277) corrobora desta maneira:

Nosso trabalho envolve muita responsabilidade, pois lida com organizações complexas, pessoas, grupos, públicos e opinião pública. Envolve comportamentos, atitudes, reputação, imagem, identidade corporativa, administração de percepções, negociações etc. (KUNSCH, 2003, p. 277)

Wilson Bueno (2009) ao falar sobre o papel da pesquisa na consolidação da comunicação, cita que a pesquisa é uma ferramenta básica, pois contribui para qualificar as informações e os conhecimentos de que as organizações dispõem sobre o comportamento de seus públicos. As informações específicas permitem detectar lacunas de informações existentes na comunicação mantida entre organização e públicos.

Pesquisar é ser estratégico dentro das organizações. A pesquisa permite acompanhar a situação em que se encontra a organização visualizando com antecipação os problemas que existem ou que estão se formando por lacunas de informações, fornecendo uma visão ampla da realidade, pois só assim políticas adequadas e que alcancem todos os públicos que compõem a organização podem ser formuladas.

Em suma a pesquisa é inegavelmente parte importante de qualquer esforço de Relações Públicas. Como vimos, diversos autores corroboram dizendo que pesquisa é vital na profissão. É ela quem dá as contribuições primárias para orientar o desenvolvimento de estratégias e ações direcionadas aos públicos.

A opinião do público é importante, devendo a organização se valer da pesquisa de opinião pública para conhecê-la. Esse deve ser um processo contínuo, pois as opiniões mudam constantemente. Pesquisa de opinião pública é um tipo específico de pesquisa em Relações Públicas, diversos autores da área a conceituam e a ela atribuem uma função estratégica. Vamos ver o que alguns autores falam sobre a pesquisa de opinião pública.

3 Pesquisa de Opinião Pública

Segundo Andrade (2003) opinião pública não é uma opinião unânime; não é, necessariamente, a opinião da maioria; normalmente é diferente da opinião de qualquer elemento do público; é uma opinião composta, formada de diversas opiniões existentes no público; está em contínuo processo de formação em direção a um consenso completo, que nunca se alcança.

Sobre a formação da opinião pública Andrade (2003) afirma:

A opinião forma-se no calor das discussões dos componentes do público e corresponde a uma situação em que se apresentam diferentes e contrárias atitudes sociais acerca de uma questão que interessa, de alguma maneira, à comunidade. (ANDRADE 2003, p. 2).

Assim, o processo de formação da opinião pública em uma sociedade complexa é dinâmico, vários fatores agem simultaneamente, tornando-o tão difícil de ser estudado, mas que muito interessa à comunicação e à política.

Muitos autores de Relações Públicas relacionam a opinião pública com sua atividade, atribuindo aos profissionais o dever de conhecê-la e desenvolver técnicas de controle. Assim, relações públicas no desenvolvimento de suas atribuições busca saber o que a opinião pensa a respeito das organizações.

Lattimore et al. (2012) afirma que é de interesse das relações públicas o monitoramento da formação e mudanças da opinião pública e indo mais além afirma que o estudo de relações públicas sempre inclui a investigação da opinião pública, levando em consideração que a formação da opinião pública é dinâmica e que os profissionais a influenciam, cooperando com as organizações ao atrair e mobilizar os públicos de interesse.

Fortes (2003) considera a pesquisa de opinião que é realizada com os públicos de interesse da organização, a principal técnica de coleta de dados para orientar o processo de relações públicas. Pesquisar, segundo o autor, é uma preocupação com relacionamentos, além de que esse interesses com os públicos dá a organização uma contribuição estratégica. Ele comenta desta maneira:

Os resultados das pesquisas de opinião ajuízam o nível da informação recebida dos públicos de uma organização, as suas reações diante das medidas por ela adotadas e a hierarquia dos desejos e anseios das

pessoas relativos à empresa ou algum setor específico. (FORTES, 2003, p. 104).

Para Kunsch (2003) a pesquisa de opinião tem numerosas aplicações tendo em vista os diversos públicos de uma organização. É essencial conhecer a opinião dos públicos sobre um problema para assim traçar soluções adequadas.

A função principal da pesquisa de opinião pública é conhecer o que pensam os públicos, quais são seus anseios, quais suas sugestões para melhoria da organização. A pesquisa permite entender comportamentos e cenários dentro das organizações.

No presente trabalho, apresenta-se uma das funções de Relações Públicas, a pesquisa, por isso um maior detalhamento de seu conceito e de seu papel dentro do processo.

4 Pesquisa de opinião pública do Projeto Quebrando o Silêncio

A Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) desenvolve vários projetos ao longo do ano, um deles é o “Quebrando o Silêncio”, projeto educativo e de prevenção contra o abuso e a violência doméstica. Criado em 2002 pela Divisão Sul-Americana da IASD, o projeto tem sido realizado há 11 anos em oito países da América do Sul, são eles a Argentina, Brasil, Bolívia, Chile, Equador, Paraguai, Peru e Uruguai. O departamento da mulher é o responsável por implantar o projeto nas igrejas estimulando com ideias e planos.

Quebrando o Silêncio tem como público-alvo a camada mais vulnerável ao abuso e a violência doméstica, que são as crianças, as mulheres e os idosos. A missão do projeto é “resgatar os valores cristãos do amor e respeito ao próximo, fortalecendo a família, que é facilitadora da interiorização de valores”.

O Projeto Quebrando o Silêncio tem como objetivos:

- Conscientizar a população em geral, em particular as crianças, mulheres e idosos sobre a importância de pôr um basta à violência, através do ensino de regras simples e eficazes de prevenção e sobrevivência ao abuso;
- Orientar as famílias, pais e filhos, educadores e alunos sobre o assunto, levando esclarecimento quanto a seus direitos e alertando quanto à necessidade de quebrar o silêncio e buscar junto aos órgãos competentes o apoio necessário;



- Promover a paz para um mundo melhor por meio da distribuição de panfletos, revistas e palestras, formando um padrão cultural de que a violência na família é inaceitável; (PORTAL QUEBRANDO O SILÊNCIO, 2013)

Durante todo o ano as campanhas do projeto se desenvolvem, mas uma das suas principais ações ocorre sempre no quarto sábado do mês de agosto. Este é o “Dia de ênfase contra o abuso e a violência”. O projeto é divulgado por meio de revistas para crianças e adultos, folhetos e pela Rede Novo Tempo, que é Sistema de Comunicação da IASD na América do Sul, composto de: Rádio, Internet e Tv.

Em 2013 o projeto teve sua ênfase nos perigos que a internet apresenta as crianças e adultos. O dia de ênfase contra o abuso e a violência neste ano foi 24 de agosto. Nesta data as IASD na América do Sul realizaram a campanha e diversas ações ocorreram como: passeatas com distribuição de revistas e folders, palestras, concentrações, tudo para mostrar à sociedade a preocupação da Igreja com os altos índices de violência que tem assolado a população. Em escolas foram oferecidos aos alunos palestras, exibição de vídeos, a fim de oferecer a eles formas de se protegerem da violência doméstica. Em muitos lugares do Maranhão, os membros da IASD saíram às ruas para divulgar o projeto por meio de passeatas, faixas, palestras, demonstrando o repúdio que a igreja tem a toda forma de violência doméstica.

No distrito Maiobão, o projeto foi desenvolvido pelas IASD durante a manhã, e a tarde teve uma passeata pelas ruas de alguns bairros onde ficam as igrejas. A passeata terminou na Praça Viva Maiobão com uma palestra da conselheira tutelar do bairro, que falou sobre violência e da importância da denúncia para resolver esses casos.

Para conhecer melhor como foi o desenvolvimento do projeto no Maiobão fez-se uma pesquisa de opinião pública. Nesta, os membros puderam dar sua opinião sobre o projeto e sugerir ideias ainda não trabalhadas para o sucesso das ações desenvolvidas. Essa pesquisa objetivou conhecer a opinião dos membros das IASD do distrito do Maiobão, sobre o Projeto Quebrando o Silêncio. Além de Identificar a opinião do público sobre o projeto Quebrando o Silêncio em relação à forma como vem sendo desenvolvido nas igrejas; Avaliar se os objetivos do Projeto estão sendo

desenvolvidos no distrito do Maiobão; Conhecer a opinião dos membros do distrito sobre as peças de divulgação do projeto;

Para o desenvolvimento desta pesquisa, utiliza-se um formulário estruturado com perguntas abertas e fechadas. Este se dividiu em quatro partes, a primeira continha a identificação do entrevistado, na segunda as informações do que é o projeto, a terceira parte buscou informações sobre as ações do projeto e a quarta parte do formulário se objetivava saber mais sobre a comunicação deste.

Como afirma Moresi a pesquisa quantitativa serve para “descobrir quantas pessoas de uma determinada população compartilham uma característica ou um grupo de características” (2003, pág. 64). Afirma ainda que este tipo de pesquisa “é apropriada para medir tanto opiniões, atitudes e preferências como comportamentos” (MORESI 2003, pág. 64). Assim com o formulário foi possível quantificar e medir vários aspectos do desenvolvimento do projeto.

No formulário também os entrevistados tinham a oportunidade de expressar qual a sua opinião sobre o projeto além de sugerir melhorias. O objetivo dessas questões era a qualidade das informações e respostas. A partir das respostas dos entrevistados foi possível desenvolver “conceitos, ideias e entendimentos a partir de padrões encontrados nos dados” (MORESI 2003, pág. 72).

Assim essa pesquisa se classifica como quantitativa e qualitativa. O uso de elementos de ambas forneceu informações a mais o que não seria possível com apenas uma destas.

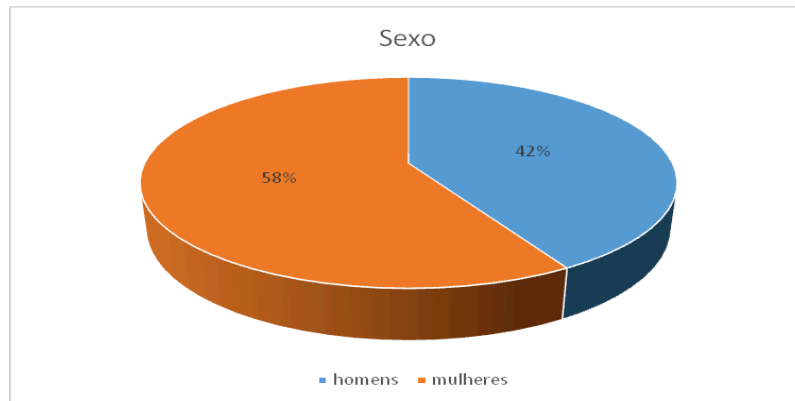
O distrito Maiobão é formado por 17 igrejas com 1.672 membros. Pelo fato do universo ser muito grande, houve a necessidade de uma amostra não probabilística esta é dita “significativa ou de representatividade social” (LOPES 2005, pág. 145). Assim foram entrevistados 137 dos 1.672 membros das diversas igrejas e grupos que compõem o distrito.

A pesquisa foi aplicada no dia 23 de novembro de 2013, com a amostra de 137 membros do distrito Maiobão, três meses após a Campanha 2013.

5 Resultado da Pesquisa

Responderam a pesquisa 57 homens e 80 mulheres, ou seja, 42% de homens e 58% de mulheres.

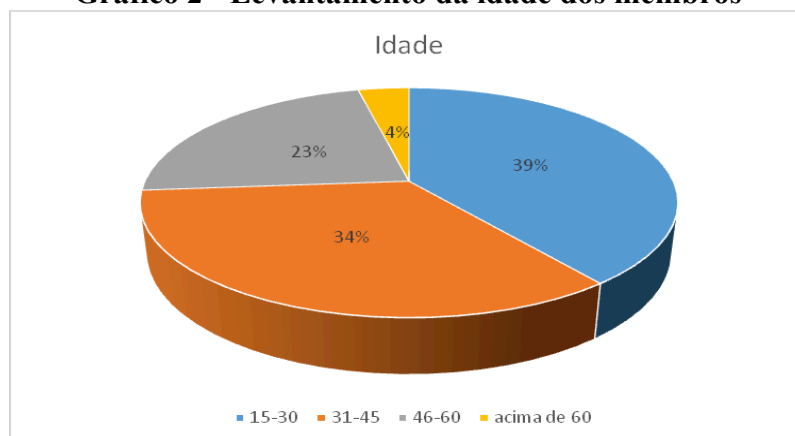
Gráfico 1 – Levantamento do sexo dos membros



Fonte: Elaborada pelos autores

Dos membros entrevistados 54 tinham entre 15 e 30 anos de idade, 47 tinham de 31 a 45 anos, 31 pessoas tinham idade entre 46 e 60 anos e 5 tinham acima de 60 anos. Mais da metade do universo pesquisado tem entre 15 e 45 anos de idade, no total de 101 pessoas, ou seja, 73% da amostra. É uma amostra bastante representada por jovens e adultos de ambos os gêneros.

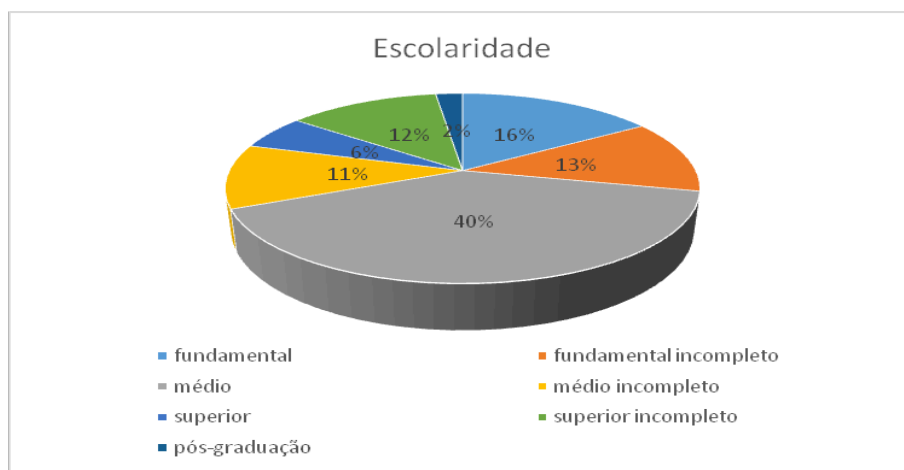
Gráfico 2 - Levantamento da idade dos membros



Fonte: Elaborada pelos autores

Dos 137 entrevistados, 22 tem o ensino fundamental (16%), 17 o ensino fundamental incompleto (13%), 55 o ensino médio (40%), 15 o ensino médio incompleto (11%), 8 o ensino superior (6%), 17 o ensino superior incompleto (12%) e 3 a pós-graduação (2%). Somando a quantidade de pessoas que possuem entre ensino fundamental e médio chega-se ao total de 80% da amostra. Os 20% restante é composto por aqueles que possuem o ensino superior ou o está concluindo e tem a pós-graduação.

Gráfico 3 - Levantamento do grau de escolaridade

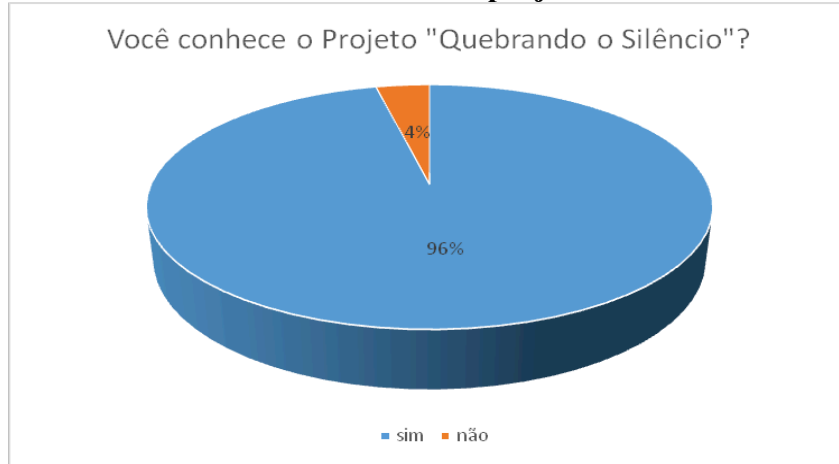


Fonte: Elaborada pelos autores

A primeira pergunta se objetiva saber quem das 137 pessoas entrevistadas conhecia o Projeto Quebrando o Silêncio. O resultado foi o seguinte, 132 pessoas conhecem o projeto. Esse resultado é bom para a pesquisa, pois se muitas pessoas não conhecessem o projeto não responderiam o formulário e assim não seria possível a partir da opinião deles uma análise da aplicação do projeto no distrito.

Como as campanhas do projeto já acontecem há anos no distrito, isso deve ter influenciado no fato da maioria da amostra conhecer o projeto, além de que esta pesquisa foi realizada três meses depois da campanha 2013.

Gráfico 4 – Grau de conhecimento do projeto Quebrando o Silêncio



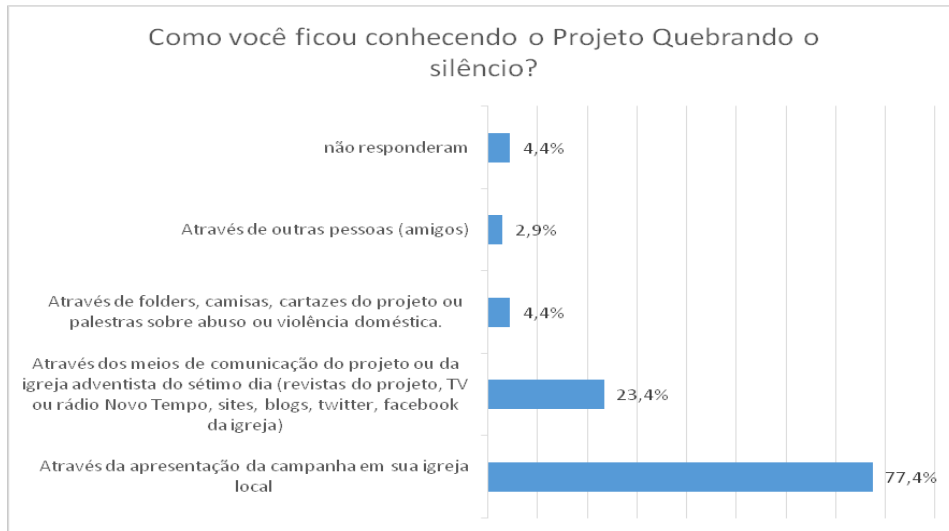
Fonte: Elaborada pelos autores

A segunda pergunta se objetivou saber de que forma os entrevistados conheceram o Projeto Quebrando o Silêncio. Dentre os entrevistados, 106 conheceram o projeto através da apresentação em sua igreja local, 32 através dos meios de comunicação ou da igreja (revistas do projeto, TV ou rádio Novo Tempo, sites, blogs, twitter, facebook da igreja), 6 através de folders, camisas, cartazes do projeto ou palestras sobre abuso ou violência doméstica, 4 através de outras pessoas (amigos) e 6 não responderam à pergunta. Como esta pergunta permitia mais de uma resposta, muitos responderam à mais de uma opção.

Esses resultados representam a popularidade do projeto no distrito. Os resultados mostraram que os materiais de divulgação do projeto, como a revista “Quebrando o Silêncio” é acessível a eles, que a divulgação antes, durante e depois do projeto pela Emissora de TV Novo Tempo é vista pelos membros do distrito. Que na internet, o facebook, twitter e sites da igreja ou do projeto também têm seu papel na divulgação. Ainda mostram que os folder ou palestras sobre o abuso e violência doméstica usados nas campanhas promovidas nas igrejas, serviram para tornar o projeto conhecido. Ainda há aqueles que conheceram o projeto por meio de outras pessoas ou amigos. Contudo, apesar de todas essas formas de conhecimento do projeto o que predomina é a exposição na igreja local, isso não quer dizer que as outros meios de

divulgação sejam ineficientes, até porque eles também foram citados na amostra, mas o que prepondera no distrito é a campanha na igreja.

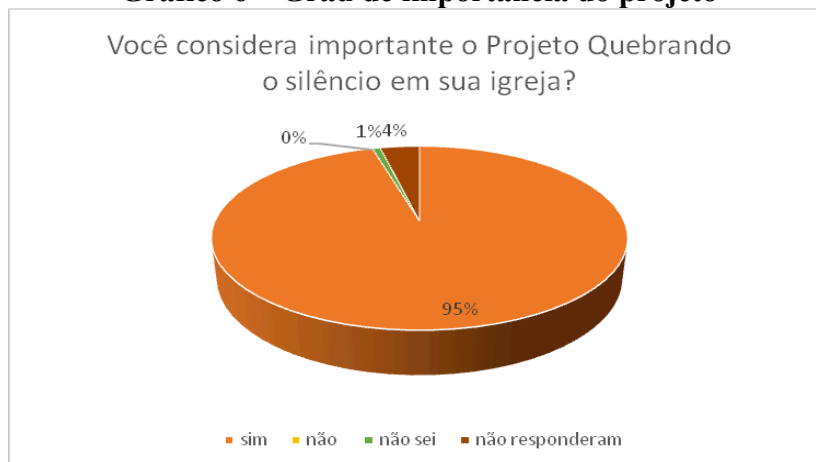
Gráfico 5 – Forma com que os entrevistados conheceram o Projeto Quebrando o Silêncio



Fonte: Elaborada pelos autores

A terceira pergunta se objetivou saber se os entrevistados consideram o Projeto Quebrando o Silêncio importante. Dessas pessoas, 131 responderam que consideram o projeto importante. A grande maioria da amostra selecionada foi unânime em responder que o projeto é importante. Sendo assim o Distrito do Maiobão acredita nas propostas do projeto

Gráfico 6 – Grau de importância do projeto

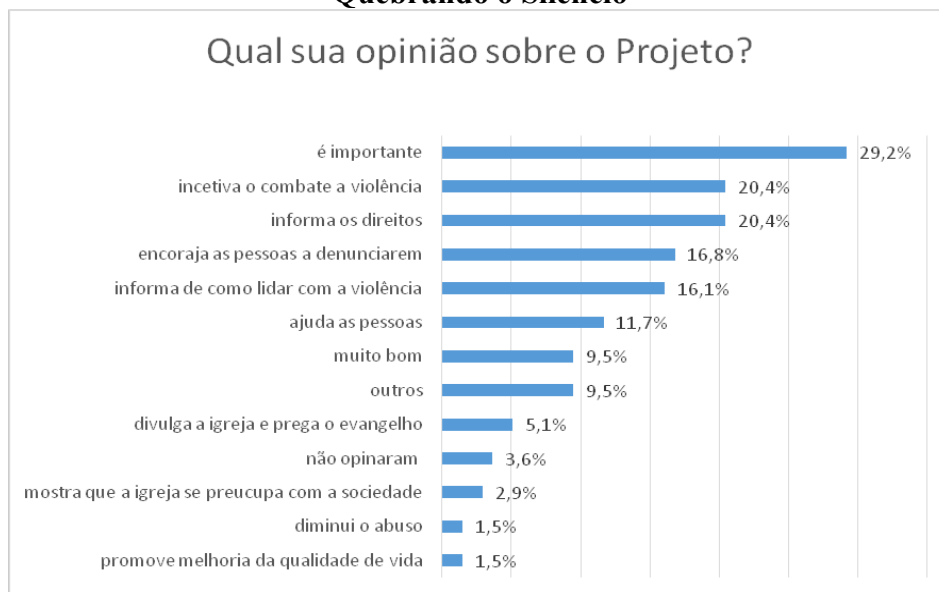


Fonte: Elaborada pelos autores

Na quarta questão buscamos saber qual a opinião que os membros do Distrito do Maiobão tem do Projeto Quebrando o Silêncio. Vale lembrar que na questão anterior 95% das pessoas responderam que consideram o projeto importante. As respostas a esta questão foram variadas, então dividimos em 13 categorias de respostas similares. Da amostra, 40 pessoas responderam que consideram o projeto importante por diversos motivos, 28 responderam que o projeto incentiva o combate à violência, 28 responderam que o projeto informa os direitos, 23 responderam que o projeto encoraja as pessoas a denunciarem a violência e o abuso, 22 responderam que o projeto informa formas de lidar com a violência, 16 opinaram que o projeto ajuda muitas pessoas, 13 responderam que o projeto é muito bom, 13 deram outras respostas, 7 afirmaram que o projeto divulga a igreja e transmite a mensagem cristã de amor a todos, 5 pessoas não opinaram, 4 opinaram que o projeto mostra que a igreja se preocupa com a sociedade, 2 afirmaram que o projeto diminui o abuso e violência e 2 pessoas defendem que o projeto melhora a qualidade de vida da sociedade.

Todas essas respostas comprovam que os entrevistados não somente consideram o projeto importante, eles também entendem de certa forma do projeto e conhecem seus resultados práticos em seu bairro.

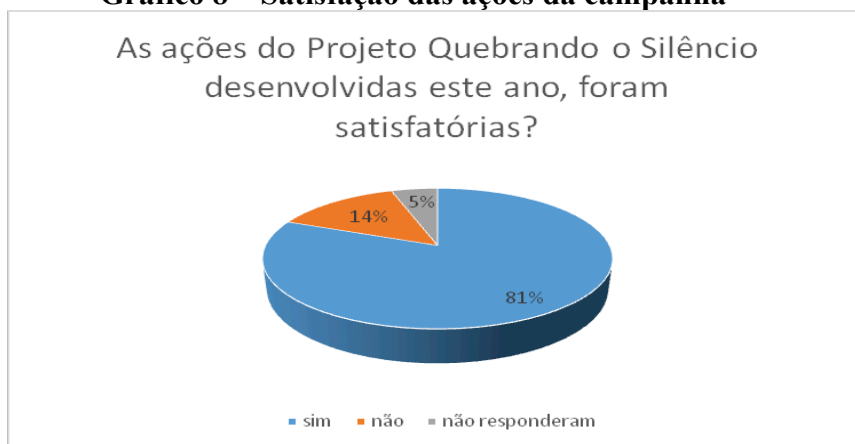
Gráfico 7 - Opinião que os membros do Distrito do Maiobão tem sobre o Projeto Quebrando o Silêncio



Fonte: Elaborada pelos autores

Sabendo que o projeto foi realizado no distrito do Maiobão no ano 2013, por meio da quinta pergunta buscamos saber se as ações da campanha foram satisfatórias. Dos entrevistados, 111 responderam que as atividades desenvolvidas este ano em sua igreja e distrito foram satisfatórias, 19 responderam que não e 7 não responderam à pergunta. Esse resultado mostra que grande parte dos membros do distrito avaliam as ações desenvolvidas pelo projeto como satisfatórias.

Gráfico 8 – Satisfação das ações da campanha

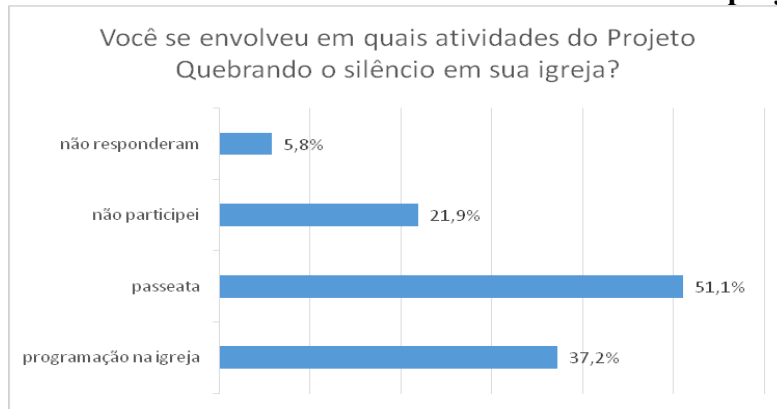


Fonte: Elaborada pelos autores

A sexta pergunta foi formulada para saber se as pessoas que responderam o formulário se envolveram nas ações que suas igrejas ou distrito desenvolveu. Vale lembrar que todos os membros da igreja são voluntários e incentivados a ajudarem a espalhar a mensagem do projeto. Nesta pergunta os entrevistados tinham três opções de resposta, sendo que eles podiam responder a duas delas, poderiam responder se tinham participado apenas do programa na igreja ou apenas da passeata, ou dos dois eventos, se fosse o caso. Dos entrevistados 51 pessoas se envolveram nas atividades do projeto na sua igreja, 70 pessoas foram à passeata, 30 não participaram de nenhum dos dois e 8 não responderam.

Uma parte significativa da amostra não se envolveu nas atividades do projeto desenvolvidas por sua igreja. Muitos participaram da programação na igreja e da passeata. Mas a maior porção da amostra marcou que participou da passeata.

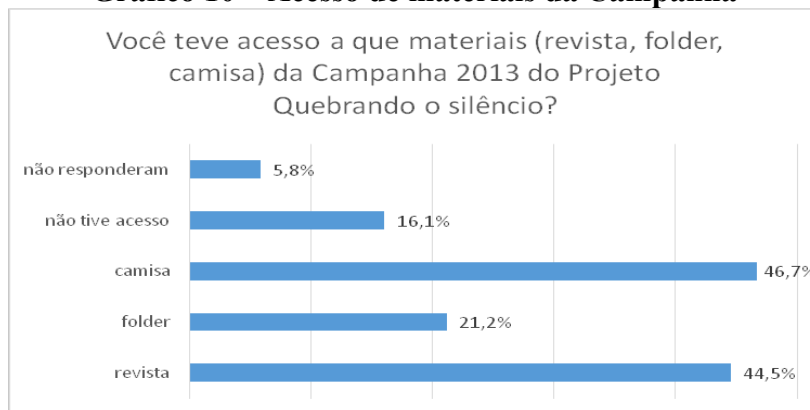
Gráfico 9 – Grau de envolvimento dos entrevistados no projeto



Fonte: Elaborada pelos autores

Na sétima pergunta o entrevistado responderia à qual ou quais materiais do projeto 2013 teve acesso. Às revistas da Campanha 2013, 61 pessoas tiveram acesso, 29 pessoas tiveram acesso ao folder, 64 tiveram acesso à camisa, 22 pessoas não tiveram acesso a nenhum desses materiais e 8 não responderam à pergunta. Na amostra a predominância foi os entrevistados que tiveram acesso às camisas que padronizaram os membros no dia da campanha 2013. Muitos também tiveram acesso as revistas, no total de 44,5% da amostra. Contudo apenas 21,2% teve acesso ao folder da campanha do ano, sendo que estes foram distribuídos durante a passeata e muitos participaram, ficando o questionamento do porquê os próprios divulgadores tiveram pouco acesso à este material de apoio. Esses resultados mostram que no distrito foi feita divulgação com camisas e revistas, mas teve um déficit com os folders, por isso é preciso melhorar a divulgação desse instrumento.

Gráfico 10 – Acesso de materiais da Campanha

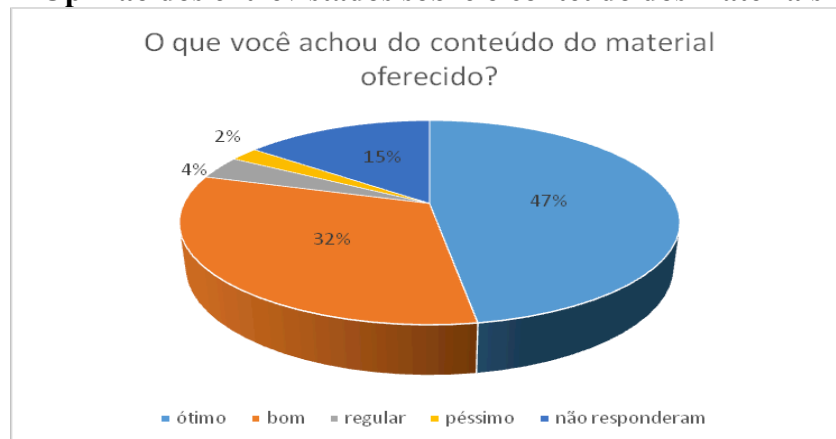


Fonte: Elaborada pelos autores

Apenas a pergunta anterior não era suficiente para sondar a qualidade da divulgação do projeto, então a oitava pergunta foi elaborada para saber o que os entrevistados acharam do conteúdo do material oferecido pelo projeto no ano de 2013. Essa qualidade diz respeito às matérias da revista, as informações do folder e a qualidade da camisa. Dos entrevistados, 65 consideraram ótimo, 44 responderam que é bom, 5 responderam que é regular, 3 pessoas responderam que é péssimo e 20 não responderam à pergunta.

Dos entrevistados que tiveram acesso ao material de divulgação (camisa, revista e folder), 47% acharam ótimo o conteúdo e 32% consideraram o conteúdo bom. Assim dos entrevistados, 79% deu uma resposta positiva quanto a qualidade do conteúdo do material. Isso significa que o conteúdo do material do projeto é de qualidade.

Gráfico 11 – Opinião dos entrevistados sobre o conteúdo dos materiais distribuídos



Fonte: Elaborada pelos autores

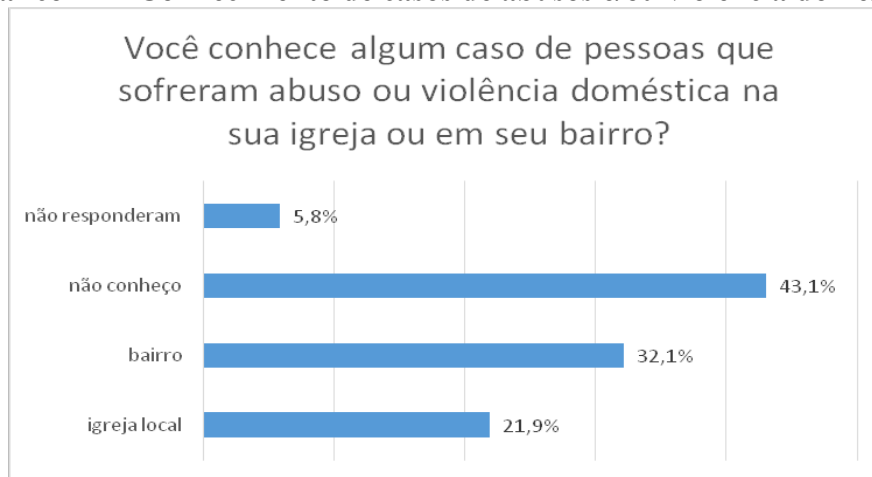
A nona pergunta se objetivou estimular os entrevistados a responderem se conheciam algum caso de pessoas que sofreram abuso ou violência doméstica em sua igreja ou em seu bairro. Este questionamento se justificou na razão da existência do projeto, que é coibir a violência, então era necessário saber se existiam casos de violência doméstica e abuso sexual na região onde se localiza o distrito para poder justificar a existência do mesmo.

Dos 137, 30 entrevistados conhecem membros de sua igreja que foram abusados ou violentados, 44 conhecem pessoas em seu bairro que já foram vítimas de

violência, 59 pessoas não conhecem ninguém que tenha passado por essa situação e 8 não responderam à pergunta.

Quase a metade do entrevistados não conhecem alguém que foi vítima de violência. Nota-se também que nesta questão cresceu a quantidade de pessoas sem responder as perguntas do formulário. Talvez essa situação tenha ocorrido devido ao fato de essa pergunta ter incomodado o entrevistado, pois conhecia alguém, mas preferiu não responder ao quesito por motivos pessoais. Porém muitos entrevistados responderam que já conheceram alguma(s) vítima(s) em sua igreja ou bairro ou em ambos. Isso ressalta a importância da existência do projeto no distrito.

Gráfico 12 – Conhecimento de casos de abusos e/ou violência doméstica

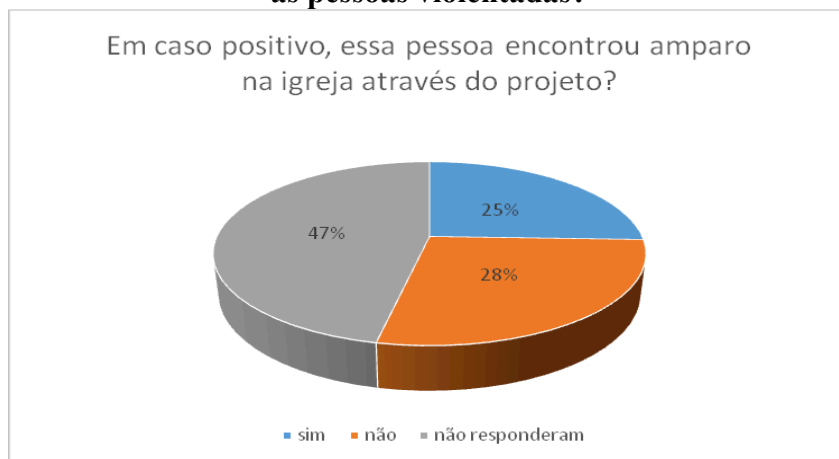


Fonte: Elaborada pelos autores

Esta pergunta só deveria ser respondida se na questão anterior a pessoa conhecesse alguém que tinha sido violentada. A décima pergunta complementa a nona e questiona se o projeto/igreja amparou as pessoas violentadas. Dos entrevistados 35 responderam que as vítimas foram amparadas pelo projeto/igreja, 38 pessoas responderam que o projeto/igreja não ajudou essas vítimas e 64 não responderam à pergunta. Percebemos que na pergunta anterior 53,10% conheceram alguma vítima, mas apenas 25% desse total foi ajudado pelo projeto, sendo que 47% dos membros nem responderam à pergunta. Assim nos questionamos do porquê que essas pessoas não tiveram ajuda se cada membro tem esse papel de auxiliá-las. Será que realmente é válido o projeto? Se aqueles que deveriam ajudar não o fazem? Esse é um

questionamento contundente e que leva a pensar a razão da existência do projeto no distrito.

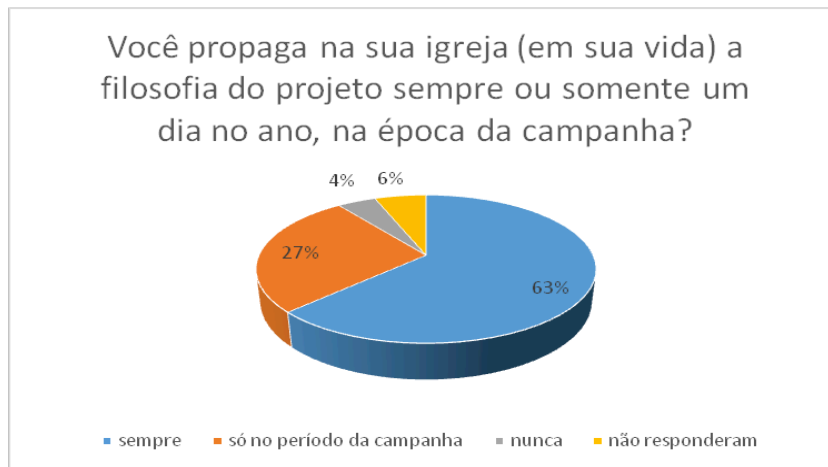
Gráfico 13 – Em resposta positiva à pergunta anterior, o projeto/igreja amparou as pessoas violentadas?



Fonte: Elaborada pelos autores

A décima primeira pergunta sondou se os entrevistados propagam na sua igreja ou em sua vida a filosofia do projeto, se estão sempre dispostos a ajudarem quem precisa, encorajando e dando forças aqueles que não conseguem denunciar aos órgãos competentes. Dos entrevistados, 86 responderam que vivem sempre essa filosofia, 37 responderam que divulgam essa mensagem somente no dia do projeto e 8 não responderam à pergunta. Percebe-se que apesar de muitos terem afirmado que vivem a filosofia do projeto, pouco se percebe em ações, até porque muitos dos membros que responderam na nona pergunta que conhecem caso de violência na décima questão responderam que esta vítima não encontrou amparo no projeto, sendo que cabe aos próprios membros esse papel. Se eles conheceram pessoas que foram abusadas então porque não ajudaram da forma que o projeto propõe? Essas são indagações que fazem todo o sentido, pois não adianta de nada uma divulgação maior, o que muitos sugeriram, se os membros da igreja não estão disponíveis a auxiliarem as vítimas.

Gráfico 14 – Propagação da filosofia do projeto



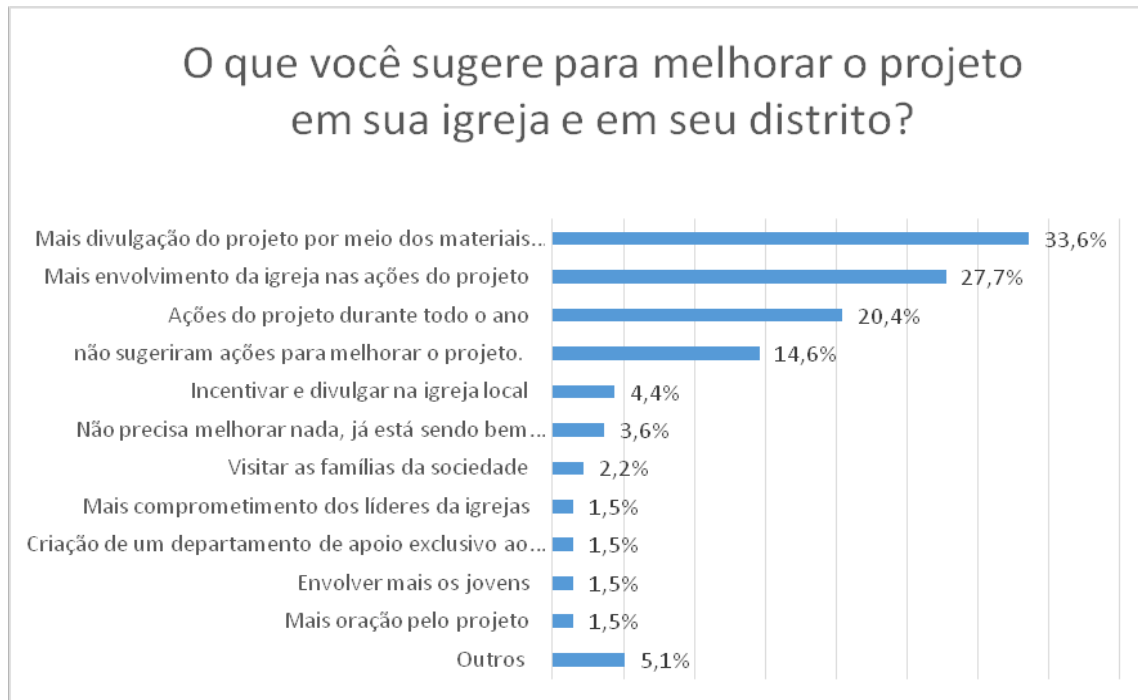
Fonte: Elaborada pelos autores

Na última questão os entrevistados tiveram um espaço para manifestar suas sugestões para melhoria do projeto, objetivando saber dos membros propostas que seriam mais úteis e eficazes na realidade de onde vivem e qual é a necessidade do projeto ser aplicado em seu bairro. Devido à grande variedade de sugestões, dividiu-se em 11 categorias as respostas. A grande maioria dos entrevistados deu várias sugestão, percebendo-se seu interesse. De acordo com os resultados, 46 pessoas sugeriram que haja maior divulgação do projeto por meio dos materiais de apoio, passeatas, palestras, entre outros; 38 acham que falta mais envolvimento da igreja nas ações; 28 acreditam que a continuidade das ações durante todo o ano é o ideal; 20 pessoas não deram nenhuma sugestão de ações para melhoraria; 6 pessoas sugeriram mais incentivos para a igreja, além de mais divulgação; 5 pessoas elogiaram a forma como vem sendo desenvolvido o projeto e não deram sugestões; 3 acham que é preciso mais visitas nas casas do bairro; 2 responderam que é necessário mais comprometimento dos líderes das igrejas; 2 pessoas apoiam a criação de um departamento de apoio exclusivo ao projeto; 2 acham que é preciso mais envolvimento dos jovens.

Os resultados das perguntas são um pouco contraditórias, pois na pergunta cinco a maioria dos entrevistados respondeu que as ações da campanha 2013 foram satisfatórias. Enquanto na última, décima segunda questão, muitos acabaram fazendo críticas à forma como vem sendo desenvolvidas as atividades no distrito.

Contudo essas sugestões são interessantes por diversos motivos, dentre eles é que quem respondeu é conhecedor da necessidade do projeto em seu bairro, contribuindo com propostas práticas e cabíveis à sua realidade.

Gráfico 15 – Sugestões de melhoria do projeto em sua igreja



Fonte: Elaborada pelos autores

Esses foram os resultados da pesquisa aplicada com os 137 entrevistados e que foram essenciais para esclarecimento das dúvidas iniciais propostas.

6 Considerações Finais

A partir do estudo realizado percebeu-se a importância da pesquisa em relações públicas, assim como ocorre em todos os campos da ciência. A pesquisa científica embasa a comunicação organizacional. O planejamento é a cerne de todo o processo é de lá que surgem os planos, projetos e políticas comunicacionais que irão ser implantadas nas organizações. Mas como planejar e principalmente executar sem informações concretas e que possibilitem a transformação de uma realidade

organizacional. Por isso, faz-se necessária a pesquisa científica no processo de planejamento, assim como nas demais etapas sucessivas. Percebeu também que é indispensável o estudo da opinião pública em relações públicas.

Com os resultados da pesquisa aplicada foi possível detectar lacunas no desenvolvimento das ações do Projeto Quebrando o Silêncio no distrito Maiobão. Além de possibilitar entender como o projeto é desenvolvido e qual a opinião dos membros do distrito quanto ao mesmo.

Referências

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de Relações Públicas: relações com os diferentes públicos**. 6.ed. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

DORNELLES, Maria Graczyk Souvenir. (Org.) Pesquisa em Relações Públicas: tipos e práticas. **Relações Públicas: quem sabe faz e explica**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2.ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LATTIMORE, Dan. et al. **Relações Públicas: profissão e prática**. Tradução Roberto Cataldo Costa. 3.ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

Moresi, Eduardo (org.) **Metodologia da Pesquisa**. Brasília: 2003. Disponível em http://ftp.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/1370886616.pdf > Acesso em 14 de junho 2014.

PORTAL QUEBRANDO O SILÊNCIO. 2013. Disponível em: <http://quebrandoosilencio.org/>>. Acesso em: 23 dez. 2013.