

186

**A PESQUISA EMPÍRICA EM PORTAIS CORPORATIVOS: A PRÁTICA NA MÍDIA DIGITAL.** *Luisa Ferrazzi Magrin, Cláudia Peixoto de Moura (orient.)* (PUCRS).

O projeto envolve aspectos referentes ao processo de investigação em Comunicação Social, focalizando a prática da pesquisa na área. A finalidade é tratar a questão da ‘Pesquisa’, dos métodos e das técnicas aplicadas em investigações planejadas para uma prática adotada na mídia digital. O trabalho possibilitará mapear os suportes teóricos, referentes ao tópico ‘Pesquisa Empírica’, na bibliografia oriunda das áreas de Jornalismo, de Relações Públicas e de Comunicação Social. O projeto visa levantar as aplicações da pesquisa empírica nos Portais Corporativos. As informações referentes ao assunto nos Portais Corporativos selecionados para o estudo serão analisadas, considerando a adoção de práticas relacionadas à aplicação de métodos e técnicas de pesquisa empírica, assim como sua classificação, as possibilidades de uso, e as tendências na mídia digital. A prática dos processos de investigação em portais corporativos é um dos tópicos da pesquisa aplicada em ambiente hipermediático, produzido e desenvolvido para corporações. Para tanto, o referido projeto tem como objetivo tratar a questão da ‘Pesquisa’, dos métodos e das técnicas aplicadas em investigações planejadas para a mídia digital de organizações escolhidas para o estudo, que são empresas de Comunicação Social, constituídas por veículos impressos e eletrônicos, localizadas no Rio Grande do Sul. O estudo é de natureza teórico-prática, na medida em que irá envolver uma revisão bibliográfica e uma avaliação sistemática dos métodos e técnicas de pesquisa adotados na mídia digital selecionada, visando uma comparação entre as práticas identificadas nos processos de investigação para coletar informações em portais corporativos de empresas gaúchas de Comunicação Social.