



ENSINO DE PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO: teoria e prática

INTRODUÇÃO

O presente trabalho é o relato de experiência da metodologia utilizada na disciplina Planejamento de Comunicação, ministrada no módulo Gestão da Comunicação do curso de Jornalismo da PUC Goiás. O objetivo da disciplina é contribuir com a formação humana integral dos acadêmicos, estimulando o desenvolvimento de competências e habilidades necessárias ao planejamento.

No primeiro semestre de 2022, as atividades práticas da disciplina envolveram a organização do evento “Conexão com egressos”. O objetivo foi promover o contato presencial dos estudantes com jornalistas formados pela PUC Goiás, destacando as possibilidades de atuação no mercado e a importância da formação superior em Jornalismo. Os acadêmicos produziram a marca, os brindes, convidaram os egressos, fizeram a divulgação interna e foram responsáveis pelas fotos e avaliação do evento.

PLANEJAMENTO DO ENCONTRO COM EGRESSOS

Planejamento de Comunicação é o conjunto de atividades e procedimentos realizados com o intuito de atingir um objetivo (LUPETI, 2004). Esse processo deve considerar a cultura corporativa, o envolvimento dos públicos de interesse e parâmetros éticos (KUNSCH, 2003). No curso de Jornalismo da PUC Goiás, os acadêmicos estudam o conceito e a relevância da comunicação no âmbito organizacional; as etapas do Planejamento em Comunicação e ética no planejamento, a partir de referências como Duarte (2018), Kunsch (2003) e Tavares (2009).

Após as aulas expositivas e dialogadas, análise de casos, leitura e debate das referências bibliográficas, os acadêmicos devem produzir, implementar e avaliar um plano de comunicação. No primeiro semestre de 2022, as turmas do matutino e do noturno planejaram a realização de um evento com a participação de egressos. Além de atender a



uma exigência do Projeto Pedagógico do Curso, a ação teve como fundamento motivar e estimular o protagonismo dos estudantes.

Em consideração às etapas do planejamento ensinadas por Tavares (2009), as duas turmas foram divididas em cinco grupos: pesquisa; realização de diagnóstico e definição de objetivos; planejamento de estratégias de comunicação pré-evento; planejamento e execução do plano de comunicação no dia do evento; e avaliação.

O primeiro grupo recebeu sugestões de nomes de possíveis participantes e reuniu informações sobre esses profissionais. No matutino, o tema escolhido foi Jornalismo: comunicação, inovação e mercado. No noturno, o evento tratou de Jornalismo Multimídia. O segundo grupo pesquisou as ações do curso com a participação de egressos, identificou pontos positivos e negativos internos e as oportunidades e ameaças ao evento. O principal ponto negativo apontado foi o excesso de eventos virtuais. Eles ressaltaram a importância do contato presencial e decidiram que o Conexão com Egressos seria realizado no miniauditório do Campus V da universidade.

Como parte das estratégias, cada turma criou uma identidade visual e produziu material de divulgação para o perfil do Observatório de Mídia da PUC Goiás no Instagram. No matutino, os convidados foram os jornalistas Cássio Neves (Band TV Goiás), Lara Bispo (empreendedora) e Larissa Lopes (Rádio CBN.). Um problema de comunicação entre os integrantes do grupo atrasou a divulgação do material para os professores do curso.



Imagem 1 – Banner Instagram Conexão com Egressos matutino



Fonte: Divulgação

Um dos convidados do noturno cancelou sua participação uma semana antes da data do evento. Um novo egresso foi convidado. Os participantes foram os jornalistas Gabriel Hamón (O Popular On-line), a jornalista Ludmila Scaramal (gestora de redes sociais da Secretaria Estadual de Educação de Goiás – Seduc) e William Correia (analista de comunicação interna da Companhia de Urbanização de Goiânia - Comurg).



Imagem 21 – Banner Instagram Conexão com Egressos noturno



Fonte: Divulgação

O quarto grupo organizou o cerimonial, preparou brindes para os convidados, foi responsável pela mediação e pela cobertura fotográfica. A turma do matutino ambientou e decorou o miniauditório. No noturno, o envolvimento dos acadêmicos foi menor. O grupo responsável pela avaliação aplicou um questionário on-line no Microsoft Forms, abordando questões relacionadas à qualidade do evento, como data, formato e duração.

De maneira geral, a avaliação foi positiva. Como sugestão, alguns respondentes afirmaram que seria interessante ter a participação de um jornalista famoso no telejornalismo. Em relação às contribuições dos egressos, todos atenderam ao principal objetivo do evento. Eles relataram suas experiências profissionais e trajetórias no curso de Jornalismo da PUC Goiás, ressaltando a participação na monitoria e na Iniciação Científica e a importância de alguns professores em suas formações.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há quase dez anos ministrando a disciplina Planejamento de Comunicação no curso de Jornalismo da PUC Goiás, considero que o principal desafio é aliar teoria e prática. Nas aulas teóricas, é perceptível que muitos acadêmicos têm dificuldade para compreender a importância de pesquisar a história e a cultura das organizações para a qual necessitam planejar, bem como de realizar diagnósticos. De maneira geral, eles anseiam pela prática e, muitas vezes, sugerem um produto ou serviço de comunicação e conteúdos que não atendem às reais necessidades de comunicação das instituições.

A vivência do planejamento é importante para que os acadêmicos percebam que as etapas do processo estão interligadas e não é possível “resolver problemas relacionados à comunicação” sem apuração e análise. Caso contrário, a atuação torna-se meramente técnica. O caso relatado atingiu seu objetivo, pois os acadêmicos vivenciaram as etapas do planejamento (inclusive a resolução de problemas) e tiveram contato com jornalistas formados pela PUC Goiás, que destacaram as possibilidades de atuação no mercado e a importância da formação superior em Jornalismo.

REFERÊNCIAS

DUARTE, J. (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

KUNSH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2003.

LUPETI, M. **Planejamento de comunicação**. 4 ed. São Paulo: Futura, 2004.

TAVARES, M. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.