



RESUMO EXPANDIDO SUBMETIDO AO XXVI ENID - 2024 - UFPB DA TEORIA À PRÁTICA: UMA EXPERIÊNCIA PEDAGÓGICA ATIVA EM PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Giovanna Cristine Silva de Oliveira;
Anne Luisy Soares Rodrigues;
Maria Lívia Pachêco de Oliveira

Programa de Monitoria

CCCTA - Centro de Comunicação, Turismo e Artes Campus I - João Pessoa

INTRODUÇÃO

A disciplina de Planejamento em Relações Públicas é um componente curricular obrigatório do curso de Relações Públicas ofertada no quarto semestre. Seu principal objetivo é capacitar os discentes a desenvolver habilidades estratégicas para elaborar planos de comunicação que atendam às necessidades específicas de organizações, com base em análises detalhadas de contextos internos e externos.

Para proporcionar uma experiência que vai além da teoria, foi firmada uma parceria com a agência Blu Comunicação, que trouxe cases reais para serem trabalhados ao longo do semestre. A colaboração com profissionais do mercado visa transformar a sala de aula em um espaço de vivência prática, onde os discentes têm a oportunidade de aplicar conceitos teóricos em situações reais, desenvolvendo um olhar estratégico para a prática de Relações Públicas. Segundo Tavares (2016), a comunicação empresarial e os planos de comunicação são instrumentos essenciais para integrar teoria e prática, alinhando a atuação dos futuros profissionais aos objetivos organizacionais.

Neste trabalho, abordaremos a aplicação do planejamento de Relações Públicas com clientes reais como principal prática de ensino-aprendizagem da disciplina. Serão discutidos os benefícios dessa dinâmica no desenvolvimento acadêmico e profissional dos discentes, fundamentados por revisão bibliográfica e pela descrição das atividades realizadas.

METODOLOGIA

A metodologia aplicada na disciplina seguiu um modelo de ensino-aprendizagem ativo, fundamentado no conceito de aprender fazendo, utilizando a Abordagem Baseada em Problemas (ABP). Essa abordagem coloca o aluno como protagonista na construção do conhecimento, permitindo que ele enfrente desafios reais e desenvolva soluções práticas (Souza e Dourado, 2015). Inicialmente, foi realizada uma revisão dos conceitos teóricos de planejamento de Relações Públicas, como diagnóstico situacional, análise dos públicos, definição de objetivos e táticas e estratégias de comunicação, propostos por Kunsch (2003). Em seguida, firmou-se uma parceria com a agência, que forneceu os clientes para os discentes desenvolverem os planos. Após a formação dos grupos, cada um recebeu um cliente e iniciou o trabalho com um briefing, onde puderam compreender o contexto organizacional e os desafios específicos. Posteriormente, os alunos realizaram análises situacionais utilizando a análise SWOT, para identificar pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças. A partir dessa análise, foram traçados os planos de ação. O decor-

rer da atividade contou com encontros semanais de orientação e feedback, onde a docente e as monitoras ofereceram suporte. Esse acompanhamento contínuo, permitiu ajustes e melhorias nos planos propostos. No final do semestre, os grupos (FIGURA 1) apresentaram seus projetos em um evento elaborado pela professora e monitoras, recebendo feedbacks diretos dos clientes e da agência. Ao final, os clientes manifestaram interesse em contratar os discentes como estagiários, evidenciando a eficácia da prática para aproximar os conhecimentos teóricos e o ambiente profissional.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A parceria com a agência de comunicação foi um diferencial, proporcionando um ambiente de aprendizado real. Os alunos tiveram a oportunidade de aplicar os conhecimentos teóricos em situações reais, o que, conforme Souza e Dourado (2015), é essencial para a formação de profissionais “ativos capacitados a resolver, com autonomia e responsabilidade, os problemas que surgirão no seu dia a dia”. Os resultados obtidos com a atividade foram positivos, considerando a qualidade dos trabalhos apresentados e o feedback da agência e dos clientes durante o evento (FIGURA 2). O processo de aprendizagem contou com análise contínua do progresso dos alunos, por meio de encontros semanais de orientação e feedback direcionado, onde a professora e as monitoras ofereceram suporte teórico e prático, possibilitando ajustes e melhorias nos planos propostos, promovendo um desenvolvimento consistente no decorrer da disciplina. Além dos benefícios para os discentes, destaca-se o desenvolvimento das monitoras: a atuação como mediadoras no processo pedagógico, facilitando a comunicação entre professora e alunos, possibilitou uma experiência formativa. As monitoras participaram ativamente na organização das atividades, planejamento das aulas práticas, orientação dos grupos e execução do evento, aplicando na prática conceitos teóricos aprendidos no curso. A experiência também evidenciou competências interpessoais e profissionais, como comunicação, trabalho em equipe e gerenciamento de problemas, aspectos frequentemente citados como fundamentais para a prática de Relações Públicas (Kunsch, 2003). Ademais, a ABP se mostrou uma metodologia pedagógica atraente, facilitando o aprendizado. O evento de apresentação dos projetos foi um momento de validação e reconhecimento para os discentes. Os clientes ficaram satisfeitos com as propostas e manifestaram interesse em abrir processo de estágio para os alunos, evidenciando o impacto positivo da iniciativa para aproximar teoria e mercado e também na empregabilidade dos estudantes. Esse resultado destaca a importância de práticas pedagógicas teórico-práticas que contribuam com uma formação completa e conectada com as demandas do mercado.

Imagem - 1



Imagem - 2



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A parceria com a agência de comunicação se mostrou uma ferramenta eficaz e inovadora para o desenvolvimento das competências necessárias à prática profissional em Relações Públicas. Os discentes demonstraram engajamento e fortaleceram suas habilidades de análise crítica e planejamento. A experiência prática com clientes reais não apenas proporcionou aos discentes um aprendizado significativo, mas também evidenciou a relevância de um ensino que integra o conhecimento teórico e as exigências do mercado, considerando os feedbacks positivos recebidos, juntamente com as possibilidades de estágio oferecidas pelos clientes. Para futuras implementações, recomenda-se a continuidade e ampliação dessa abordagem, buscando novas parcerias e desafios que possam enriquecer ainda mais a experiência formativa dos estudantes, preparando-os para se tornarem profissionais autônomos, críticos e capacitados a enfrentar os desafios da profissão.

REFERÊNCIAS

SOUZA, S. & DOURADO, L. (2015). Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP): um método de aprendizagem inovador para o ensino educativo. *Holos*, 31(5) 182-200.

TAVARES, M. Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação: Integrando Teoria e Prática. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2016. 243p. ISBN: 9788522458745.

KUNSCH, M. M. K. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. 2ª ed. São Paulo: Summus, 2003. ISBN: 9788532304051.