

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM COMUNICAÇÃO NOS EQUIPAMENTOS CULTURAIS

VI Encontro de Cultura Artística

Ana Rita Monteiro Correia, Juliana Maria Girao Carvalho Nascimento

Tomando como base as experiências tidas diante do trabalho realizado no Teatro Universitário Paschoal Carlos Magno da Universidade Federal do Ceará, esta pesquisa se baseia na compreensão de teorias sobre planejamento estratégico em comunicação na divulgação e na visibilidade dos equipamentos culturais. Segundo a pesquisadora Margarida Kunsch (2003), comprehende-se que o planejamento estratégico permite às organizações encontrar o melhor caminho para o direcionamento das atividades, a fim de alcançar resultados que cumprem sua missão e visão. A partir do estudo sobre Planejamento Estratégico em Comunicação de Margarida Kunsch (2003), será analisado como foram realizadas as divulgações dos espetáculos no primeiro e segundo semestre de 2019 no Teatro Universitário. É importante destacar que algumas das estratégicas utilizadas pelos bolsistas de Comunicação foram: postagens mais frequentes nas redes sociais, propondo uma linguagem característica nas publicações direcionadas; maior engajamento no Instagram e Facebook para conseguir um aumento no número de seguidores do Instagram; publicação de notícias dos espetáculos realizados no site do teatro; produção de releases e press-clipping; contato com as equipes de comunicação dentro e fora da universidade, a fim de melhor divulgação dos produtos. Essas estratégias utilizadas foram essenciais para a divulgação do equipamento não somente para os universitários, como também para o público externo. Na apresentação, serão discutidos os dados relevantes às ações de comunicação feitas pelos bolsistas da área no Teatro Universitário no decorrer de 2019. Como resultados, é possível verificar ainda uma carência de organização material, como releases e fotografias de divulgação, por parte dos grupos de teatro que se apresentaram no espaço. Além disso, o planejamento estratégico de comunicação não se deu de forma totalmente apropriado devido aos prazos de entrega de material não terem sido cumpridos.

Palavras-chave: Comunicação. Teatro. Marketing cultural. Assessoria de Comunicação.