

A REALIZAÇÃO DE ESTÁGIO NÃO OBRIGATÓRIO NA SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA DO ESTADO DO AMAZONAS (2021-2022): UM RELATO DE EXPERIÊNCIA

Jéssica Ketlen Mendes da **Silva**¹
Luiz Antonio Santana da **Silva**²

RESUMO

Este trabalho relata a trajetória de estágio não obrigatório realizado na Secretaria de Cultura e Economia Criativa do estado do Amazonas, no período de 2021 a 2022 e teve como principal objetivo relatar as experiências vividas, as habilidades adquiridas e a aplicabilidade diária do conhecimento aprendido na universidade aliado à prática do cotidiano profissional. Apresenta a história do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), assim como o histórico político-pedagógico do estágio curricular e extracurricular no curso de Relações Públicas, além da importância dos estágios para a formação acadêmica dos discentes de RP. Para isso, o trabalho contou com o uso da metodologia qualitativa e quantitativa, onde foi realizado levantamento bibliográfico e estatístico, trazendo dados e informações estatísticas sobre os resultados das ações e estratégias de comunicação desempenhadas no estágio. O estágio teve como base as áreas de Assessoria de Comunicação e Marketing, *Social Media* e Comunicação Pública, tendo como foco a produção de conteúdos e planejamento estratégico para as redes sociais da Secretaria. Desse modo, foi possível constatar que a atividade de estágio proporcionou resultados positivos na minha formação e diversos conhecimentos, habilidades e atitudes, acerca da profissão de Relações Públicas e a cultura amazonense.

Palavras-chave: Relações Públicas. *Social Media*. Estágio. Redes Sociais. Assessoria de Comunicação e Marketing.

Introdução

O presente relato de experiência apresenta nossa percepção enquanto aluna do curso de Relações Públicas sobre o estágio na Secretaria de Cultura e Economia Criativa, que teve início no ano de 2021 e perdurou até o ano de 2022, do 5º ao 7º período do curso. O estágio obrigatório e não obrigatório é de suma importância para o desenvolvimento e formação do aluno, pois além de ajudar na vida acadêmica, proporciona uma vivência no mercado de trabalho, nos três setores, público, privado e

¹ Graduanda do curso de Relações Públicas da UFAM. Contato: jessicaketlen8@gmail.com

² Docente do curso de Relações Públicas da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal do Amazonas. Contato: luizsantana@ufam.edu.br

terceiro setor, visando a prática da profissão. Desse modo, o estudante consegue ter contato com profissionais que já possuem experiência e colocar em prática o que aprende na sala de aula.

Criada em 1997 (Lei nº 2435), a Secretaria de Cultura e Economia Criativa tem a missão de planejar, elaborar, desenvolver e acompanhar políticas culturais e artísticas, assim como a defesa e preservação do patrimônio cultural, na capital e no interior do Amazonas. Seus objetivos visam valorizar, formatar e divulgar as manifestações culturais e artísticas da região, oferecendo mecanismos e meios para os agentes, produtores e artistas de modo geral. O órgão é responsável pela gestão e execução de grandes eventos como, por exemplo: Festival Amazonas de Ópera, Festival Folclórico de Parintins, Carnaval na Floresta, Carnaboi, O Mundo Encantado do Natal, entre outros.

A minha maior motivação em estagiar na Secretaria foi a de aprender e vivenciar a cultura do Amazonas, por meio da comunicação, ter a possibilidade de compreender, entender e organizar diversos eventos com os quais sempre cresci participando, mas que pude aprofundar por fazer parte da construção deles. A relevância deste estágio é de ser um espaço que propõe e envolve diversas áreas da comunicação, por se tratar de uma Assessoria de Comunicação e Marketing (ASCOM), que gerencia comunicação governamental, gestão pública, imprensa, marketing e redes sociais do órgão.

No decorrer deste relato, será possível compreender toda trajetória percorrida por mim dentro do estágio, demonstrando os detalhes dos conhecimentos, habilidades e experiência adquiridas. Acredito que a atividade do estágio por si só já acrescenta ao aluno de diversas formas, pois o discente pode desenvolver-se em um ambiente que logo será de seu convívio profissional. Assim, o estágio é um campo no qual é possível entender onde verdadeiramente se quer atuar, e logo de início, por ter sido meu primeiro estágio e um novo desafio, você se pergunta: será que estou pronto para esse momento? Como irei colocar em prática o que aprendi em sala de aula? Já adianto que a experiência é, de fato, enriquecedora e com diversos aprendizados.

A importância do estágio extracurricular na UFAM

De acordo com a Lei nº 11.788/2008, o estágio no ensino de graduação é o ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho que visa à preparação para o trabalho produtivo de alunos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior, acompanhado pelo professor orientador e por supervisor da parte concedente. (PROEG-UFAM, 2019).

Historicamente, o conceito de Estágio Supervisionado foi instituído no Brasil a partir da Lei Orgânica do Ensino Normal, promulgada em 1946, que define um único currículo para todos os estados, de acordo com Martins (2019). Para a Universidade Federal do Amazonas o estágio supervisionado é componente curricular obrigatório dos cursos e existem dois tipos: obrigatório e não obrigatório. O estágio obrigatório, possui carga horária pré-definida e é assegurado na matriz curricular do curso, ou seja, um pré-requisito para a formação, sendo uma atividade que necessita de compatibilidade entre a natureza e os objetivos do projeto pedagógico do curso.

Já o estágio não obrigatório é uma atividade opcional e serve para acrescentar na formação do aluno, desde que não prejudique suas atividades acadêmicas. A realização dos estágios pode ser efetuada em instituições tanto públicas quanto privadas, assim como na própria Universidade Federal do Amazonas, além de Organizações Não Governamentais (ONG).

Independentemente do tipo de estágio, a atividade precisa ser realizada em instituições conveniadas à UFAM e para o estágio não obrigatório, de acordo com o § 2º, ^{LEI} Nº 11.788, 2008, se a instituição de ensino adotar verificações de aprendizagem periódicas ou finais, nos períodos de avaliação, a carga horária do estágio será reduzida pelo menos à metade, segundo estipulado no termo de compromisso, para garantir o bom desempenho do estudante. Após a finalização do estágio, o estudante pode apresentar relatórios ou outros tipos de trabalhos de acordo com o aprendizado adquirido na atividade.

O estágio é um importante passo para uma carreira profissional, pois é um método de aprendizado através de diversos exercícios de funções profissionais, que agrupa conhecimentos práticos e teóricos aprendidos nas universidades. Dessa forma o estudante compreende a dinâmica e os desafios do mercado de trabalho e desenvolve capacidades relevantes para sua carreira, como se fosse, de fato, uma imersão profissional.

No âmbito do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (RP – UFAM, 2022), o curso de comunicação é estruturado com base em disciplinas obrigatórias e optativas, oferecidas em 08 períodos e totalizam 04 anos de graduação (bacharelado). Na estrutura curricular mais atual do curso, 2012/1, o discente que ingressar a partir de 2015 precisa realizar o estágio não obrigatório, cumprindo 210 horas de estágio e 200 horas de atividades complementares de extensão, pesquisa e/ou monitoria para obter o diploma de bacharel em Relações Públicas.

O estágio obrigatório e supervisionado também foi incorporado no Projeto Pedagógico do Curso (PPC)³ de Relações Públicas em 2011 foi com o objetivo de aproximar o alunado do mercado de trabalho para a aplicação e o desenvolvimento de habilidades e competências desenvolvidas ao longo do curso, conforme menciona Wendhausen (2012). Na época, um dos maiores desafios identificados na atividade obrigatória era a participação do mercado de trabalho, já que é uma peça fundamental para o êxito da atividade.

Para Wendhausen (2012, p. 109) o estágio obrigatório supervisionado também “é dependente da capacidade de organização e de coordenação adequada do corpo docente envolvido, estando sujeitos a fatores internos e externos inerentes que poderão incidir em obstáculos”. De acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Pública, na Resolução Nº 2, de 27 de setembro de 2013, no § 3º A Instituição de Ensino Superior (IES) poderá reconhecer e aproveitar atividades

³ A regulamentação do estágio curricular obrigatório do Curso de Relações Públicas da UFAM está inserida nos apêndices § 2º 2012 do Projeto Pedagógico.

realizadas pelo aluno em outras instituições, desde que contribuam para o desenvolvimento das habilidades e competências previstas no projeto de curso.

Por fim, é de importante ressalva compreender o caminho que o curso de Relações Públicas percorreu até os dias atuais, a partir da implantação do Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas 2012/1 e das pesquisas e observações que foram ressaltadas durante esse processo. Dessa forma, foi de grande contribuição entender como o estágio extracurricular foi implantado na matriz curricular vigente, além da história do curso e como o curso foi se atualizando ao passar dos anos com o intuito de aprimorar a formação dos discentes e futuros profissionais da área.

Relato de experiência do estágio não obrigatório na Secretaria de Cultura e Economia Criativa

Em 2019, iniciei meus estudos na Universidade Federal do Amazonas, no curso de Relações Públicas, no ano seguinte, apenas com 1 ano de curso presencial ocorreu a pandemia da COVID-19 e logo, a minha relação com a universidade sofreu limitações. No entanto, para não haver distanciamento com os estudos, neste ano procurei fazer atividades optativas no formato *on-line*. Em 2021, mais especificamente no segundo semestre, as aulas estavam de forma remota, mas já havia uma vontade de estagiar da minha parte, pois queria colocar em prática o que aprendia nas aulas e já estava no 5º período da faculdade. O estágio não obrigatório, além de contribuir para a preparação e formação do aluno, ainda proporciona aprendizados dentro do âmbito profissional:

O estágio não obrigatório se refere às atividades complementares ligadas à área de formação do aluno, porém, importantes para o desenvolvimento profissional dos acadêmicos, pois propicia maior tempo de intercâmbio entre a universidade e os espaços de atuação, melhorando desta forma o método de aprendizagem, podendo ser desenvolvidos em organizações que mantêm convênio com a universidade (Scalabrin; Molinari, 2013, p. 02).

No mês de agosto de 2021, através do grupo de *WhatsApp* da minha turma, uma colega enviou uma oportunidade para estágio na Secretaria de Cultura e Economia Criativa, na Assessoria de Comunicação e Marketing (ASCOM) do órgão. Logo, enviei

meu currículo, fiz a entrevista, e para a minha alegria, no mesmo dia recebi uma ligação informando que fui aprovada no processo seletivo.

Após a efetivação do contrato, o início do estágio ocorreu no dia 10 de agosto de 2021 e durante os primeiros dias passei pelo processo de ambientação, no qual conheci mais sobre a Secretaria, a sua estrutura, o desempenho e a atividade da pasta. Além dos desafios e particularidades do papel que iria desempenhar naquele local, toda essa explicação e transparência foi de suma importância para a compreensão do meu trabalho.

Dentro da ASCOM, ocupei a função de *Social Media* desenvolvendo atividades como: produção de conteúdo para as mídias sociais, captação de vídeos, edição, produção de textos para cards de eventos, exposições, espetáculos e publicações de caráter informativo. Dentre essas atribuições a atividade de cobertura de eventos era uma das principais, pois a Secretaria era responsável pela produção de diversos grandes eventos do Amazonas, como mencionado anteriormente.

Mas o que é e o que faz um *Social Media*? A profissão surgiu com a popularização das redes sociais e se tornou uma atividade essencial para qualquer órgão ou empresa, que vise uma boa reputação e maior visibilidade *on-line*. O profissional que trabalha com essa área é responsável pela gestão dos perfis de redes sociais, com a função de atualizar e gerar conteúdo para aumentar a conexão e comunicação com o público, informar e visibilizar o trabalho relacionado àquele perfil, e até mesmo atrair mais seguidores, para empresas, marcas, personalidades, órgãos governamentais, entre outros.

Muitos acreditam que a função do *Social Media* é apenas criar e publicar posts, mas vai muito além disso, ele também planeja, estuda e desenvolve uma estratégia de marketing e comunicação digital para aquele perfil no qual gerencia. Essas atribuições exigem criatividade, pesquisa, análise de mercado e constante atualização, ou seja, a realidade é que esse profissional precisa, além de produzir, executar, gerenciar e postar, ainda precisa estar alinhado com o que acontece de relevante nas mídias sociais, pois,

muitas vezes precisa produzir um conteúdo relacionado “à moda do momento”. Assim, as funções dos profissionais que atuam nessa área são diversas:

O profissional desenvolve o branding, cria a identidade visual e define regras de conduta no relacionamento da marca com o cliente nas redes sociais. No planejamento do social media também entra o cronograma do conteúdo, calendário e como ele será realizado e publicado. Para fazer esse plano de ação o social media necessita conhecer o público, seus interesses e dores. Somente assim ele conseguirá definir ações relevantes e de sucesso (Sebrae, 2023, on-line).

Para além dessas atividades, o *Social Media* ainda exerce o “relacionamento digital”, pois precisa estar em contato com o público, essa atividade de relacionamento em mídias sociais incluem a gestão de interações, e muitas vezes o de SAC 2.0 (é um atendimento no ambiente digital, principalmente nas redes sociais, responder perguntas, tirar dúvidas e resolver problemas, são algumas delas). Este trabalho é de suma importância, uma vez que impacta diretamente na percepção do público, assim como o tempo e qualidade das respostas.

Os social media têm sido apresentados como fundamentais para a gestão de relações, fomentando o diálogo e a interação (troca de informação) mas também, e sobretudo, para outros autores, como um meio favorável ao *engagement* (comprometimento) (Gonçalves, 2013, p.139).

Atualmente, a função de *Social Media* se tornou mais uma atuação do profissional de Relações Públicas, e essa atividade se tornou de grande importância e responsabilidade para qualquer negócio e dentro de um órgão público não é diferente. Nesse sentido, as mídias sociais são ferramentas de disseminação da comunicação e informação públicas, apresentando uma aproximação, participação e interação com a população. Para Duarte (2007), a comunicação pública deve ser guiada pelos interesses do cidadão:

Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, a possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo (Duarte, 2007, p. 64).

Logo, o trabalho das mídias sociais dentro do setor público é o de levar os assuntos de interesse público para os cidadãos, desempenhando o papel de disseminar informação acessível, dos projetos e atividades governamentais que estão sendo exercidas, estimulando assim a participação e contribuição ao exercício da comunicação pública. Para Brandão (2012) a comunicação pública é o processo que tem o compromisso de promover uma gestão aberta, qualificando canais, meios e recursos que permitam a viabilização da comunicação de interesse público e o envolvimento de toda a sociedade. Essa nova esfera pública propicia, por meio das mídias sociais, maior interação entre os públicos, potencializando cada voz e contribuindo para um processo de comunicação mais horizontalizado, já que o cidadão se aproxima dos interlocutores, tornando-se, também, uma voz ativa no processo democrático (Gonçalves; Silva, 2015).

As mídias sociais nada mais são que uma forma de divulgação de produtos, serviços e informações nas redes sociais que permitem interação entre os envolvidos. Atualmente, estas redes são espécies de “vitrines” para diversos negócios, auxiliando na divulgação e aproximação com o público-alvo. Existem diversos tipos de mídias sociais, os mais conhecidos e utilizados são as redes sociais, que são sites/aplicativos que promovem estes tipos de relacionamento entre a empresa e o público, como, por exemplo: *Blogs, Facebook, X, Instagram, Youtube, Tiktok* etc.

As mídias sociais servem para conectar as pessoas, organizações ou grupos que interagem entre si. Estamos na era digital, e por isso, as redes sociais se tornaram o principal meio de comunicação e por elas são gerados relacionamentos, entretenimento e fortalecimento de marcas, *network*, nichos. No Brasil, os usuários passam mais horas diárias nas redes sociais, de acordo com a Pesquisa de Consultoria em *Marketing Digital Conversion* (2021), os brasileiros ficam conectados em média quatro horas e oito minutos diariamente.

A análise da Kepios mostra que as identidades de usuários ativos de mídia social ultrapassaram a marca de 5 bilhões, com o último número de usuários equivalente a 62,3% da população mundial [nota: as identidades de usuários de mídia social podem não representar indivíduos únicos]. O total global

aumentou em 266 milhões durante o ano passado, resultando num crescimento anual de 5,6 por cento (Migliani, 2024, *on-line*).

Portanto, para qualquer setor, seja primeiro, segundo ou terceiro, estar nas redes sociais é mais que necessário, por permitir maior visibilidade, boa interação com seu público, demonstrando seus valores, interesses e atividades. Desta forma, é visível a importância das mídias sociais e do profissional de *Social Media* e Relações Públicas, ao passo que continua a crescer em números de usuários, carecendo de profissionais de comunicação para gerenciar esse relacionamento.

3.1 Minhas experiências na área de Social Media na Secretaria de Cultura e Economia Criativa

Durante o estágio, tive supervisores que me acrescentaram muito enquanto futura profissional da área. No início, as atividades desenvolvidas foram supervisionadas pela Assessora, chefe do departamento, Suelen Reis⁴. Nesse período, tive os primeiros contatos com espaços culturais, com os Corpos Artísticos do Amazonas, e até mesmo Editais nos quais a Secretaria estava envolvida, como, por exemplo, Edital “Equipa Cultura” e Edital “Amazonas Criativo”, entre outras atividades.

Ainda, dando seguimento a minha experiência e desenvolvimento, tive a oportunidade de utilizar ferramentas que são utilizadas para otimizar o trabalho e aumentar a eficiência das atividades, que sob auxílio e supervisão da *Social Media* e Sharon Marques⁵ organizamos o planejamento estratégico para as redes. Tal planejamento se deu por meio de um cronograma de conteúdos na Planilhas Google, com um documento dividido pela data/hora/assunto/tipo de postagem/arte e referências. Este foi um mecanismo de comunicação que adotamos na época entre o

⁴ Graduada em Jornalismo pelo Centro Universitário Nilton Lins. Foi Assessora de Comunicação e Marketing da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Amazonas. Atuou como coordenadora de Comunicação da Editora e Livraria Valer, e editora-executiva da revista Valer Cultural.

⁵ Jornalista, formada pela Universidade Federal do Amazonas - UFAM em 2017, com especialização em Branding Pessoal e Redes Sociais. Já atuou em diferentes órgãos do Governo como as secretarias de Segurança (SSP-AM) e de Cultura, atuando principalmente na produção de conteúdo digital.

nosso setor e o de marketing, que por meio das nossas instruções são os responsáveis em produzir os cards, para as redes da Secretaria.

Em março de 2022, já com a atuação da *Social Media*, Amanda Brasil⁶, iniciamos um novo formato para gerenciar os conteúdos das redes sociais da secretaria, utilizando a ferramenta *Trello*⁷. Utilizada para organização das demandas do dia a dia, ela é dividida por meses, entre produzir e produzido, com os materiais e conteúdo que realizamos diariamente e mensalmente. O *Trello* proporcionou uma visão ampla e de fácil acesso para produção de conteúdo, passando a ser utilizada pela imprensa e marketing também, e dessa forma, possibilitou uma maior integração da equipe.

Importante salientar que, a partir desses instrumentos de gestão, o trabalho passou a ser mais dinâmico e organizado, otimizando o nível de comunicação e produtividade durante as demandas diárias. Todo esse processo, se tornou um planejamento estratégico para a ASCOM, para facilitar a organização das pautas, visualizar os prazos e as responsabilidades de cada pessoa. Válido destacar que nosso conteúdo programático é sempre alinhado com a Secretaria de Estado e Comunicação Social (SECOM).

Figura 1: Área de trabalho do *Trello* das redes sociais da Secretaria



⁶ Jornalista, Social Media. Atuou como Social Media na antiga Secretaria de Juventude, Esporte e Lazer e como repórter na Assessoria de Imprensa da Polícia Civil. Atualmente, está como Gerente de Redes Sociais na Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Amazonas.

⁷ É uma ferramenta visual, que possibilita à equipe o gerenciamento de qualquer tipo de projeto, fluxo de trabalho ou monitoramento de tarefas, proporcionando uma visão clara e estruturada das atividades.

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Geralmente, uma Assessoria de Comunicação e Marketing, desempenha a gestão e a comunicação estratégica de organizações, em diversos setores. Em relação a Secretaria de Cultura e Economia Criativa o trabalho e a equipe são integrados, cada um com sua especificidade, mas o material e o conteúdo são produzidos em conjunto, sendo as áreas da ASCOM dividida em **Mídias Sociais, Imprensa e Marketing**.

A maioria dos materiais produzidos são em conjunto, por exemplo: aquela ação ou espetáculo, pode virar matéria para o Portal da Cultura e para imprensa como um todo, assim como esse mesmo material precisa ser informado para o público nas redes sociais. Logo, vai precisar ser produzido um card ou vídeo, em ambas as situações, o setor de mídia organiza os textos para um carrossel de cards ou uma capa de *reels* e solicita a execução do setor de marketing.

Além disso, a participação em reuniões de planejamento estratégico de comunicação para os festivais e grandes eventos foi de fato satisfatória e de imensurável contribuição para minha formação. Pude entender o funcionamento deles, como comunicar, o que desenvolver e como entregar o conteúdo para aquele público, foram fundamentais para o meu desempenho durante o estágio e para minha vida acadêmica e profissional.

As estratégias de comunicação executadas com excelência fortalecem e apresentam uma boa imagem para a Secretaria de Cultura e Economia Criativa, além de visibilizar suas atividades, garantindo uma comunicação clara e ampla com seu público. Dentro das redes sociais são diversas as formas de aproximação com a população, ou no caso das mídias sociais, com os seguidores, uma delas é a identificação, principalmente por se tratar de uma Secretaria de Cultura, com o intuito de compreender o cenário amazônico, valorizar o estado e a cultura, sendo um dos pontos principais.

O planejamento estratégico é um processo documentado que estabelece a estratégia que será adotada para que empresas/órgãos alcancem os seus objetivos. A atividade de planejar é de suma importância para comunicar, direcionar o processo de criação, estruturação até a execução do planejamento. Para Kunsh (2016), o

planejamento contribui para direcionar esforços de maneira estratégica e adequada para alcançar os objetivos, além de desenvolver recursos financeiro, material e tempo, dessa forma, também permite que as mudanças sejam menos traumáticas.

O processo de planejamento não pode ser isolado de análises dos contextos internos e externos. Ele requer as etapas de pesquisa e diagnóstico, análise, definição de objetivos e estratégias e a determinação da hierarquia de ações e aplicação de recursos, além da mensuração (Costa, 2015, p.10).

Dentro da atuação no estágio, pude cobrir eventos nos quais conheço desde a minha infância, o que se tornou uma realização pessoal e profissional que a Secretaria de Cultura e Economia Criativa proporcionou. Nesse sentido, tive a oportunidade de trabalhar com grandes eventos do Amazonas, como o Festival Amazonas de Ópera, Festival Folclórico de Parintins, O Mundo Encantado do Natal. Além de produzir conteúdo para espaços culturais, como o Teatro Amazonas (1896), Palacete Provincial (1874), Palácio da Justiça (1900), Palácio Rio Negro (1903), entre outros.

Ao decorrer das minhas atividades, ainda surgiu a oportunidade de retomar um programa *on-line*, como apresentadora, que anteriormente era no *YouTube*, e desta vez, no atual modelo era veiculado no *Instagram*. Durante esse processo as assessoras Suelen Reis e Manuela Barros⁸, identificaram em mim habilidades nas quais eu poderia explorar dentro deste meio. A “Agenda Cultura” se tratava de vídeos que saíam todas as sextas-feiras com opções culturais para as pessoas aproveitarem no fim de semana.

A realidade é que a Secretária de Cultura e Economia Criativa possui diversas vertentes, e a possibilidade do estágio não obrigatório propiciou atuar em realidades da área de comunicação em diferentes formas. Eu consegui lidar com desafios e obter um profundo entendimento da realidade cultural do Amazonas, na qual desenvolvi habilidades e experiências para a profissão de Relações Públicas.

⁸ Jornalista, formada pelo Centro Universitário Nilton Lins e com especialização em Gestão e Produção Cultural pela Universidade do Estado do Amazonas (UEA), está na área de assessoria de comunicação, mas, até 2017, atuou em redação, em diferentes veículos e editorias.

Resultados: ganhos institucionais, profissionais e pessoais

O estágio na Secretaria foi de grande êxito para ambas as vertentes, tanto acadêmico quanto profissional, pois minha colaboração enquanto estagiária no órgão trouxe resultados efetivos durante o período que foi realizada. Dessa forma consegui colocar em prática conhecimentos adquiridos ao longo do estágio, e constatar que minha participação efetiva nas atividades comunicacionais da pasta apresentou resultados.

O órgão possui mídias sociais específicas para cada público, são elas: *X, Facebook, TikTok, YouTube* e como principal foco o *Instagram*, que atualmente é “a vitrine” da Secretaria. Durante o estágio, que foi crucial na minha atividade como *Social Media*, foi o aprendizado no aplicativo *CapCut*, usado para edição de vídeos em smartphone, que mais utilizei. Posso dizer que foi um divisor de águas, pois me possibilitou executar e aprimorar as imagens e vídeos capturados durante as pautas, sejam elas, um espetáculo, uma exposição, uma coletiva de imprensa, ou um festival.

Por meio desta ferramenta, pude aprimorar minhas habilidades de edição de *reels* (é um formato de vídeos curtos na vertical do aplicativo *Instagram*, de até 90 segundos de duração, com conteúdo de multimídia em movimento e sons), e assim, produzi diversos conteúdos, principalmente os vídeos, que têm sido a forma de comunicação que gera mais engajamento dentro das redes sociais, *Instagram* e *TikTok*. Importante destacar, que além do perfil @culturadoam, também produzi conteúdo para o perfil no Instagram do Teatro Amazonas, o @teatroamazonas.

Figura 2: Cards do perfil do Instagram da Secretaria de Cultura e Economia Criativa



Fonte: Elaborado pela ASCOM da Secretaria de Cultura e Economia Criativa (2022)

O *reels*, como destacado acima, é uma ferramenta do *Instagram* que, desde sua criação tem sido um conteúdo que gera conexão e estímulo para quem assiste. A partir do uso desse formato eu tive experiência na prática de produção de vídeo, edição e roteiro. Todo esse conteúdo teórico foi me apresentado na matéria de Produção Audiovisual, o que me ajudou bastante para desempenhar essa função, assim como outras ferramentas que me auxiliaram de forma eficaz, como o uso do *CapCut*, o *Mojo*⁹ e o *Canva*¹⁰.

Os vídeos curtos vêm tornando-se uma parte cada vez maior de como as pessoas consomem conteúdo. Somente do último ano pra cá, as reproduções de Reels no Facebook e Instagram mais que dobraram. É uma maneira de compartilhar e descobrir o conteúdo relevante de maneira rápida, imersiva e divertida (Chiavone, 2023, on-line).

Também me foi apresentado o aplicativo (*App*) *Mojo*, com ele, foi possível explorar diversas legendas para melhor apresentação dos vídeos, já que a ferramenta possui *letterings*, agregando valor e obtendo mais atrativo ao produto. O *App* é prático

⁹ É um aplicativo para criar conteúdo para as redes sociais, que oferece diversos modelos animados, músicas e efeitos de texto, possibilitando conteúdos com maior qualidade e dinamismo.

¹⁰ É uma plataforma *on-line* de design e comunicação visual, que possibilita a criação de cartazes, *flyers*, cartões de visita, entre outros, funciona também como editor de vídeos.

e eficiente, e foi utilizado por um tempo, principalmente em sonoradas, para colocar as legendas com cargo e função do entrevistado. O uso *Canva* se deu, também para uma melhor apresentação do conteúdo, mas desta vez, para a produção dos carrosséis de fotos, pois, para um *feed* mais harmônico, intuitivo e informativo. Também, produzimos capas com o assunto daquele conteúdo, seja de um evento, shows, espetáculos, entre outros. A matéria optativa de Fundamentos de Design Gráfico, facilitou a execução destas capas, pois por meio dos conhecimentos adquiridos na matéria, consegui desenvolver e organizar os elementos do card, assim como as cores, as formas e diagramação.

Nos primeiros meses de estágio, me recordo que produzimos uma série de vídeos “Espaços +Cultura”, que eu enquanto estagiária, apresentava os espaços culturais, como o Palacete Provincial (2007), Museu do Seringal (2002), Casa das Artes (2004), entre outros, no qual aprendi diversos mecanismos de produção audiovisual, pois pesquisei, desenvolvi o roteiro, gravei e após a edição, ainda produzi os áudios que narravam fatos, curiosidades e a história daquele local.

Além de produzir conteúdo “frios” (são assuntos que não tem uma data de validade, é um conteúdo que pode ser publicado em qualquer horário ou dia, gerado de um assunto factual, e não perde o valor-notícia com o passar do tempo), de eventos (pré-evento, evento e pós-evento), informativos, entre outros, também produzi conteúdos de datas comemorativas relacionadas à cultura, seja ela, Dia do Músico, Dia do Mágico, Dia Nacional do Teatro.

Além daqueles conteúdos que geram identificação, os regionais, memes, a Agenda do Teatro, que é um material produzido em *collab*¹¹ com o perfil do Teatro Amazonas, que gera bastante *insights*. Também produzi legendas para essas postagens e os textos para os cards, que me proporcionaram maior contato com produções textuais para meios digitais.

¹¹ É uma abreviação do termo em inglês *collaboration*, e é utilizada para postar conteúdos em parceria ou colaboração com mais de um perfil, com o objetivo do trabalho conjunto em um projeto específico, dessa forma, esse conteúdo tem maior alcance e melhores resultados.

Figura 3: Cards do perfil do Instagram da Secretaria de Cultura e Economia Criativa



Fonte: Elaborado pela ASCOM da Secretaria de Cultura e Economia Criativa (2022).

A “Agenda Cultura”, a série de vídeos que foi mencionada anteriormente, me trouxe superações inimagináveis, desenvolveu minha oratória e memória, além da minha postura, sendo uma soma de esforços que ao decorrer dos episódios era notória minha melhora e progresso. Até bordão eu consegui criar: “Oi, oi, gente!” Pois, eu produzi o roteiro, com a supervisão do produtor Moacyr Massulo¹². A experiência foi motivadora, saí da minha zona de conforto e pude explorar bastante essa oportunidade. Também produzi alguns outros vídeos sendo a apresentadora.

Figura 4: Cards do perfil do Instagram da Secretaria de Cultura e Economia Criativa

¹² Graduado em Comunicação Social e Pós-graduado em Gestão e Produção Cultural. Na Secretaria de Cultura e Economia Criativa trabalhou como Social Media e Produtor Audiovisual, desenvolvendo vídeos e campanhas para as redes sociais.



Fonte: Elaborado pela ASCOM da Secretaria de Cultura e Economia Criativa (2022)

Um desses grandes eventos nas quais são executados pela Secretaria, é o Festival Folclórico de Parintins, no qual participei da organização em 2022, onde pude atuar juntamente com a equipe dos planejamentos comunicacionais para o evento em todas suas etapas. Não fui até a cidade de Parintins, logo não participei da cobertura *in loco* do Festival, pois o estágio não permitia longas viagens. Contudo, integrei a Equipe Cultura - Manaus, com a cobertura da Transmissão do Largo, que foi inédita naquele ano.

Ainda, produzi conteúdos no Porto de Manaus, com as pessoas que estavam a caminho do município, prestei apoio à Equipe de Parintins, com os conteúdos produzidos direto da cidade, com edição, legendas e publicações. A seguir, alguns índices importantes que conseguimos alcançar neste ano foram de grande destaque:

Figura 5: Relatório de Comunicação do 55º Festival Folclórico de Parintins

**Dados Gerais do
mês de junho
no Instagram**

60.245

seguidores

1.777

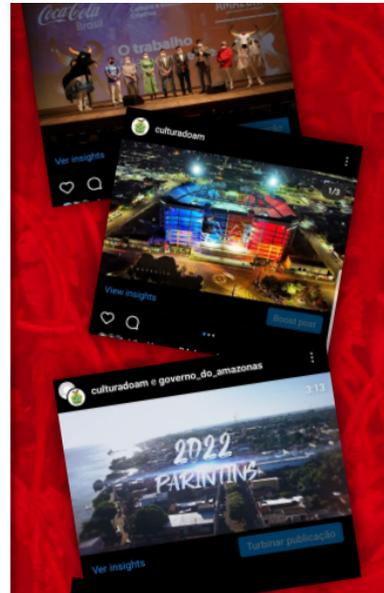
novos seguidores

2.140

comentários

55.163

curtidas



Fonte: Elaborado pela ASCOM da Secretaria de Cultura e Economia Criativa (2022)

Figura 6: Relatório de Comunicação do 55º Festival Folclórico de Parintins

3,22 %

De taxa de engajamento

No Ranking geral, dos 23 perfis analisados, a Secretaria de Cultura, Governo do Amazonas e o Governador Wilson Lima foram os 3 perfis com melhor desempenho, número de curtidas e comentários no mês de junho.

Fonte: Elaborado pela ASCOM da Secretaria de Cultura e Economia Criativa (2022)

Figura 7: Relatório de Comunicação do 55º Festival Folclórico de Parintins



Fonte: Elaborado pela ASCOM da Secretaria de Cultura e Economia Criativa (2022)

Figura 8: Relatório de Comunicação do 55º Festival Folclórico de Parintins



Fonte: Elaborado pela ASCOM da Secretaria de Cultura e Economia Criativa (2022)

Desde o início recebi apoio e orientação dentro do estágio, a cada nova atividade e aprendizado que conquistava no órgão era visto como uma grande fonte de estudo para mim. O estágio fez com que eu compreendesse na prática como o aprendizado na

universidade juntamente com a experiência profissional transforma a visão do estudante sobre seu futuro.

A partir do aprendizado adquirido por meio das atividades exercidas, sejam elas, as produções audiovisuais, o planejamento estratégico, a vivência como *social media*, foram desenvolvidas diversas funções de Relações Públicas, adquiridas em matérias como: Planejamento em Relações Públicas I e II, Comunicação na Gestão Pública, Assessoria de Comunicação, Produção Audiovisual, e principalmente em Realidade Regional em Comunicação. Dessa forma, é clara a importância da base teórica aliada à prática, que desenvolve e diferencia o discente de Relações Públicas, e possibilita uma trajetória enriquecedora na vida acadêmica e na profissional.

Considerações finais

O estágio não obrigatório na Secretaria de Cultura e Economia Criativa, juntamente com a formação acadêmica do curso de Relações Públicas, da Universidade Federal do Amazonas (UFAM) me desenvolveu como pessoa e como profissional. Isso só demonstra como a integração da teoria e a prática é benéfica para o processo educacional. Do mesmo modo, conciliar as atividades curriculares e o trabalho desenvolvido durante o estágio não é simples e requer muita disciplina e dedicação.

A profissão de Relações Públicas trabalha diretamente com este grandioso objetivo de comunicar e relacionar empresa e público, tendo um papel estratégico na administração pública para promover uma comunicação eficaz entre a instituição e seus públicos, no caso relatado. A partir do meu estágio pude ter uma visão mais realista da profissão, por meio das demandas e desafios profissionais, compreendendo como exercê-la.

Durante o estágio, pude vivenciar diversas áreas, e principalmente a importância da comunicação estratégica sobre as atividades, funções e trabalhos da Secretaria. Demonstrar para a sociedade, por meio da comunicação pública, a transparência e clareza dos fatos, aumentar o relacionamento e aproximação com esse público foi um

dos maiores desafios. Além de presenciar e viver o cotidiano de uma organização tão importante e necessária, trouxe para mim a dimensão do que é este trabalho público que gera emprego, renda, e ajuda tantos artistas e fazedores de cultura do Amazonas.

O estágio não obrigatório me possibilitou um local de aprendizado prático, além de me proporcionar expressar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Relações Públicas. Ensinou-me sobre trabalhar em equipe e compreender a função de cada pessoa dentro do âmbito de trabalho, assim como a importância de cada um para o bom funcionamento das atividades diárias. Essas experiências foram fundamentais na minha formação acadêmica e profissional, todos desafios superados, os aprendizados ao longo do caminho. Vale destacar que as pessoas com as quais obtive trocas, conexões e conhecimentos compartilhados, foram lições e pessoas que levarei para a vida, portanto, isso mostra o quanto essa prática é essencial para a vida de todo o estudante.

O presente relato teve como principal objetivo intuído descrever a minha trajetória enquanto aluna, mostrar o meu crescimento, desenvolvimento e habilidades conquistadas, durante a atividade na Secretaria. No ano de 2022, finalizou-se o estágio e a imersão na Cultura do Amazonas, sendo um grande impacto no mercado de trabalho para mim, pois tive a oportunidade de integrar o quadro da equipe de maneira integral, na função de *Social Media*. Portanto, este que foi meu primeiro emprego, também foi um êxito no âmbito profissional, já que em novembro de 2023, após meu contrato de estágio finalizar, fui contratada e estou até o presente momento no cargo. Tudo isso mostra que além de uma experiência, o estágio também gera oportunidades para a profissão.

Referências

SOBRE A SECRETÁRIA. Portal da Cultura, 2022. Disponível em: <https://cultura.am.gov.br/sobre-a-secretaria/>. Acesso em: 10 fev. 2024.

ESTÁGIO DE GRADUAÇÃO SUPERVISIONADO. Proeg - UFAM, 2019. Disponível em: <https://proeg.ufam.edu.br/estagio-curricular.html>. Acesso em: 12 fev. 2024.

MARTINS, P. B. CURI, E. **Estágio Curricular Supervisionado: uma retrospectiva histórica na legislação brasileira.** Reveduc - Revista Eletrônica de Educação, 2019. Disponível em: <https://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/view/2471>. Acesso em: 14 fev. 2024.

BEZERRA, É. **A importância do Estágio para a Carreira Profissional.** FIC-UFG. <https://fic.ufg.br/n/89277-a-importancia-do-estagio-para-a-carreira-profissional>. Acesso em 14 fev. 2024.

SCALABRIN, I. MOLINARI, A. **A Importância da Prática do Estágio Supervisionado nas Licenciaturas.** Revista Unar - Centro Universitário de Araras, 2013. Disponível em: http://revistaunar.com.br/cientifica/documentos/vol7_n1_2013/3_a_importancia_da_pratica_estagio.pdf. Acesso em: 20 de fev, 2024.

COSTA, Inara. GOMES, Jonas (org). **Memória das Relações Públicas da UFAM - 35 anos de Trajetória.** Manaus, AM: EDUA, 2012.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. Parecer CNE/CES nº: 85/2013/DF. Distrito Federal: Ministério da Educação, 14 set. 2013. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14243-rces002-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 20 de fev. 2024.

MARTINS, P. B.; CURI, E. Estágio Curricular Supervisionado: uma retrospectiva histórica na legislação brasileira. **Reveduc - Revista Eletrônica de Educação**, 2019. Disponível em: <https://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/view/2471>. Acesso em: 20 fev. 2024.

O CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS. RP - UFAM, 2022. Disponível em: <https://rp.ufam.edu.br/pagina-teste.html>. Acesso em 22 fev. 2024

O que faz um Social Media?. Sebrae, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/o-que-faz-um-social-media,508938a26b657810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em 22 fev. 2024

MIGLIANI, R. **O Panorama Mundial do Digital em 2024: 5 Bilhões de Usuários de Mídia Social.** Amper, 2024. Disponível em: <https://www.amper.ag/post/panorama-digital-2024-insights-global-report>. Acesso em 22 de fev. 2024

DUARTE, J. **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse público.** 2009. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2009.

GONÇALVES, G. HERLANDER, E. **Comunicação estratégica. Um jogo de relações e aplicações.** in A. Fidalgo & J. Canavilhas (Org.) Comunicação digital. 10 anos de investigação (pp. 135-150). 2013. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/10908>. Acesso em 22 de fev. 2024.

SÁ, Beatriz da Costa. **A importância do planejamento estratégico em comunicação: Um estudo de caso sobre o Planejamento de Comunicação Vale.** Pantheon UFRJ, 2015. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/5351/1/BS%C3%A1.pdf>. Acesso em 23 de fev. 2024

BAREFOOT, D. SZABO J. **Manual de Marketing em Mídias Sociais.** 2009. São Paulo: Novatec Editora Ltda. 2010.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 6. edição revista. São Paulo: Summus, 2016.

FURQUIM, Karine. **A Importância das Relações Públicas na Comunicação Organizacional: Análise da Assessoria de Comunicação do Sindilojas.** Unipampa - RIU, 2016. Disponível em: <https://dspace.unipampa.edu.br/bitstream/riu/2331/1/Karine%20Pereira%20Furquim.pdf>. Acesso em 25 de fev. 2024.