

Produzido no Polo Industrial de Manaus: relato de experiência de estágio não obrigatório na SUFRAMA¹

Valéria Maria **SATURNINO**²
Mateus Pacheco Braga **EVANGELISTA**³

RESUMO

O presente artigo descreve a experiência de estágio não obrigatório no setor de comunicação da Superintendência da Zona Franca de Manaus (SUFRAMA), realizado entre maio de 2022 e março de 2023. Fala sobre os conceitos e perspectivas da comunicação pública, bem como a atividade em órgãos públicos. Ressalta a importância da atividade do estágio para a formação profissional do acadêmico e como o processo é gerido dentro da Universidade Federal do Amazonas e no curso de Relações Públicas. Pelo relato é possível visualizar que a experiência permitiu a prática do conhecimento obtido em sala de aula, assim como o aprendizado com profissionais da comunicação e de outras áreas. Foram desenvolvidas atividades como auxílio no planejamento, implementação e gerenciamento da comunicação institucional, relacionamento estratégico com os públicos por meio de eventos e mídias sociais, pesquisa e auditoria de opinião. Dessa forma, foi possível observar que a atividade de estágio cumpriu um papel satisfatório na formação, com a construção de boas relações, não só com profissionais da comunicação, mas também de outras áreas, além do alinhamento do exercício laboral com os valores que a autarquia visiona nas suas filosofias organizacionais.

Palavras-chave: Estágio. Comunicação Pública. Comunicação Institucional. Relações Públicas. SUFRAMA

INTRODUÇÃO

Este artigo traz o relato sobre a experiência de estágio não obrigatório na área de comunicação, realizado no período de maio de 2022 a março de 2023 na Superintendência da Zona Franca de Manaus (SUFRAMA). O relatório destaca vários aspectos do estágio, desde sua definição até as atividades realizadas e os aprendizados adquiridos.

¹ Relato de experiência no estágio não obrigatório realizado entre os anos de 2022 e 2023, em uma autarquia pública federal.

² Graduanda do curso de Relações Públicas da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: valeriasaturnino29@gmail.com

³ Especialista em Gestão Estratégica de Marketing pelo Centro Universitário Faveni e pós-graduando em Produção e Gestão Cultural pela UniCarioca. Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Federal do Amazonas. Docente do curso de Relações Públicas da UFAM. E-mail: mateeuspacheco@gmail.com

O estágio é o momento em que o estudante, ainda na academia, tem uma proximidade maior com o mercado de trabalho, com a oportunidade de praticar, diretamente, as atividades e funções relativas à sua área de formação. Aqui no Brasil, o estágio é amparado legalmente pela Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, que dispõe sobre o estágio do estudante e define a atividade como “o ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo do estudante” (Brasil, 2008).

Essa atividade integra o itinerário formativo do estudante e pode fazer parte do projeto político-pedagógico do curso, podendo ser categorizado em obrigatório e não obrigatório, conforme o Art. 2º da presente legislação. Nesta situação, a atividade enquadrou-se como estágio não obrigatório, definido como uma atividade opcional, que deve ser acrescida a carga horária do estudante.

Para que o estudante possa realizar o estágio, é obrigatório que esteja regularmente matriculado em uma Instituição de Ensino Superior. No âmbito da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), a Pró-reitora de Ensino de Graduação (PROEG) é responsável por cuidar de assuntos pertinentes à vida acadêmica. Dentro da sua estrutura, o Departamento de Programas Acadêmicos (DPA) é o setor destinado para o acompanhamento, avaliação e reformulação dos programas ofertados para graduação, como o estágio.

Conforme a Resolução nº 04/2012, da Câmara de Ensino de Graduação, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, que regulamenta o Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas (Bacharelado), do, então, Instituto de Ciências Humanas e Letras – ICHL, dispõe que o estágio não obrigatório é uma atividade complementar de ensino vinculada ao projeto pedagógico do curso. Dessa forma, os estudantes de Relações Públicas podem realizar atividades de estágio não obrigatório, obedecendo aos requisitos estabelecidos em seu Projeto Político Pedagógico, seja nos setores privados ou públicos, este último sendo o caso desta autora, e o terceiro setor.

Sendo assim, o objetivo desse trabalho é relatar a experiência de estágio não obrigatório dentro do âmbito da comunicação da gestão pública, dentro de uma autarquia vinculada ao Poder Público Federal. Por meio desse relato, é possível destacar os aprendizados adquiridos durante o estágio e refletir sobre o crescimento profissional e pessoal.

Por meio da imersão na rotina da SUFRAMA, fui capaz de contribuir para os objetivos da organização, aplicando meus conhecimentos teóricos em situações práticas e desenvolvendo habilidades essenciais para a futura carreira como profissional de Relações Públicas.

A comunicação na gestão pública

Conceitos e perspectivas

Em sentido conceitual, a comunicação pública (CP) busca desenvolvimento com a sociedade em geral, com participação e diálogo mais estreitos com esse público a fim de que políticas inclusivas sejam criadas e executadas a favor deles. Busca, também, o entendimento da sociedade sobre suas ações e as ações do Estado e assim, pode atender as necessidades que são levantadas de forma mais efetiva.

Para que isso tenha validade, os profissionais que trabalham com a comunicação na esfera pública devem se utilizar de instrumentos que, em seu curso, ajam de forma estratégica, buscando avaliar e mensurar todos os contextos e, com isso, planejem as ações de forma inteligente e integrada, satisfazendo os públicos interessados.

Para Santos Júnior (2012, p.196),

A comunicação social no âmbito da administração pública pode ser encaixada em diversas áreas correlatas de gestão e com isso está atrelada ao funcionamento da máquina pública. Valores éticos e formadores de conceito da opinião pública permeiam a maneira como é tratada a divulgação das ações dos órgãos e indiretamente dos gestores públicos que têm o interesse próprio condicionado à mesma importância do que julga ser o interesse público, por motivos eleitorais.

Duarte (2012) explica que a comunicação pública teve a origem de sua definição a partir da comunicação governamental. Na década de 1980, no Brasil, essa era uma área muito restrita, devido a Ditadura Militar. Nesse sentido, qualquer hipótese de comunicação governamental era voltada para controlar a imprensa, e não poderia ser diferente com a CP, que ainda estava em seus primórdios e longe de ser dissociada da comunicação governamental.

Entretanto, com a redemocratização em 1988, o cenário começou a mudar e passou a estabelecer um sistema de participação e pressão, exigindo assim o desenvolvimento de mecanismos que atendessem às demandas de informação e tratamento justo entre cidadão e Estado.

É nesse panorama que a CP começa a ganhar espaço, visando maior transparência do setor público. Apesar das mudanças apontadas, até hoje nota-se dificuldade de interesse coletivo sobre assuntos de relevância pública, algo que Duarte questiona ao longo do texto, procura identificar o porquê disso e o que pode ser feito para modificar esse quadro.

Nesse mesmo pensamento, Liedtke e Curtinovi (2016) destacam que a configuração atual da comunicação é resultado de um momento histórico conhecido mundialmente, a Revolução Industrial. No Brasil, o movimento da industrialização começou por cerca de 1930, quando as organizações começaram a realizar as primeiras mudanças em suas estruturas de comunicação. Com o fim da Ditadura e as pressões da sociedade civil pela democratização da comunicação, a situação começou a se tornar mais favorável para o surgimento de conceitos mais elaborados e integrados sobre comunicação, que levariam, posteriormente, ao estudo e desenvolvimento da área de comunicação pública.

Além disso, a chegada da Internet, na década de 1990, permitiu a construção de outros espaços que iam além da visão das organizações. Foi também nessa década que a CP começou a receber mais atenção, por intermédio de autoras como Heloiza Matos e Maria José da Costa Oliveira.

Todos esses eventos auxiliaram na configuração do perfil da comunicação pública na atualidade, que, apesar de já ter apresentado grande evolução, ainda precisa ser compreendido por diversos núcleos da sociedade.

Duarte (2012) acredita que existem quatro eixos principais que não podem faltar na administração de qualquer órgão público, sendo esses: transparência, acesso, interação e ouvidoria social.

A prática desses eixos e o desenvolvimento de instrumentos para medir se eles estão sendo cumpridos ou não podem ser importantes indicadores da comunicação pública. Além disso, acredita-se que é preciso continuar investindo em mecanismos que fortaleçam o diálogo com os cidadãos, como pesquisas, conselhos populares, audiências públicas, entre outros.

É importante também que a CP continue a ser estudada, pois a partir de uma quantidade maior de conhecimento, será possível pensar em outros possíveis indicadores para a área em questão.

Na perspectiva de Mainieri e Ribeiro (2011, p. 53):

O intuito precípua da comunicação pública é transmitir informação de interesse público aos cidadãos, o que se constitui em passo inicial para estabelecer um diálogo e uma relação entre Estado e sociedade. [...] Quando a comunicação pública cumpre seu primeiro papel, que é informativo, abre espaço para que exista diálogo e participação recíproca.

A comunicação pública tem o dever de promover a participação cívica, ser transparente e prestar contas à sociedade, para que esta exija responsabilidade quando necessário, além de educar e conscientizar sobre questões importantes que promovem mudanças positivas na sociedade. Ela também reduz danos em caso de crise ou conflito, evitando a disseminação de rumores prejudiciais. Assim, pode-se entender a importância da comunicação pública para o exercício da cidadania.

Desse modo, a CP tem o papel de informar a sociedade sobre o que é de interesse dela. Sendo uma das mais importantes dimensões do espaço público de um Estado democrático pois é nela que se dá a mediação entre o cidadão e o Estado. Pode-se ver a evolução e refletir sobre o conceito e a importância da comunicação pública que

abriu novas perspectivas para se pensar que a comunicação social do Estado deve estar a serviço do interesse público para discussões entre sociedade e governo.

A comunicação pública em órgãos públicos

A comunicação pública, embora possa parecer estar diretamente ligada à atuação em órgãos públicos, detém um sentido mais amplo, como foi possível ver anteriormente. A sua ação dentro desses órgãos configura-se como mais uma atividade de comunicação, principalmente, para atender os princípios administrativos do exercício do poder público.

Lutz (2018) afirma que é preciso ponderar sobre a atuação da comunicação pública em órgão públicos, uma vez que se adentra em um ambiente com duas perspectivas extremas: a comunicação como é e a comunicação como deveria ser.

A CP como vimos acima ainda está em evolução e tem suas particularidades e lógicas de funcionamento da comunicação no setor público. É certo que a CP pode funcionar nos três setores.

Ainda no pensamento da autora, principalmente no âmbito da administração pública, as iniciativas em relação à comunicação devem se pautar em alguns princípios fundamentais. Para isso acontecer, o interesse público, cidadania, diálogo e transparência são questões substanciais e norteadoras. Também não se deve esquecer dos princípios da administração pública para o bom desempenho da atividade no setor público.

Tais princípios nem sempre são respeitados e acabam indo ao encontro da necessidade de legitimação das instituições e dos sujeitos em funções públicas, o que acaba restringindo ou desvirtuando o seu objetivo primeiro que é o interesse público.

Um fator que a autora destaca que provoca alterações na estrutura e na dinâmica de trabalho das assessorias de comunicação das instituições públicas são as mudanças ocorridas entre trocas de governo ou mesmo durante a própria gestão. Essa mudança pode ser positiva ou negativa, uma vez que pode promover reestruturações

capazes de formar uma assessoria mais completa e competente para atuar nas várias frentes da CP ou desestruturar ou interromper projetos e ações que já vinham sendo construídas há algum tempo.

Esta mudança foi vista pela autora, já que no seu período de estágio não obrigatório, a SUFRAMA estava sob administração de militares, visto que o então presidente da República, Jair Bolsonaro, tem uma trajetória política destacada pela defesa dos interesses corporativistas militares e teve influência na decisão dos cargos superiores da autarquia.

Quando o mandato do presidente acabou, esses superiores também foram exonerados de seus cargos. Esse foi um dos momentos mais interessantes para o meu aprendizado, em razão de que vi de perto como funcionava essa mudança de gestão.

Descrição das atividades do Estágio não-obrigatório

Sobre a SUFRAMA

A Superintendência da Zona Franca de Manaus (SUFRAMA) é uma autarquia vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, responsável pela administração da Zona Franca de Manaus (ZFM). Criada no ano de 1967, tem sua sede localizada na Avenida Ministro Mário Andreazza, nº 1424, Distrito Industrial e, atualmente, tem como superintendente, João Bosco Gomes Saraiva, contando com cerca de 468 servidores.

A SUFRAMA tem por responsabilidade promover os três pólos da ZFM - comercial, industrial e agropecuário - e identificar oportunidades de negócios e investimentos para a região, abrangendo tanto o Polo Industrial de Manaus quanto outros setores econômicos da sua área de atuação.

Com recursos arrecadados pela prestação de serviços das empresas beneficiárias dos incentivos fiscais do modelo ZFM, a SUFRAMA estabelece parcerias com governos estaduais e municipais, instituições de ensino e pesquisa, e cooperativas. Além disso,

financia projetos de apoio à infraestrutura econômica, produção, turismo, pesquisa e desenvolvimento, bem como à formação de capital intelectual.

Atividades desenvolvidas

A experiência de estágio não obrigatório iniciou em maio de 2022, sem nenhuma experiência oficial no mercado de trabalho da comunicação e prestes a iniciar o quarto período. Primeiramente, passei pelo trâmite nas instâncias universitárias para que a minha atuação no estágio fosse validada como uma atividade institucional ligada, diretamente, à minha área de formação.

A UFAM exige alguns pré-requisitos para o ingresso do aluno na prática de estágio não obrigatório, como estar matriculado em disciplinas no período letivo da prática; possuir o coeficiente de rendimento de, no mínimo, 5,0 (cinco) em seu histórico escolar analítico; estar a concedente de estágio credenciada junto à UFAM nos termos da Chamada Pública nº 63 ou 64/2017; e estar de posse do seu Termo de Compromisso de Estágio assinado por todas as partes.

A universidade tem um processo burocrático para a assinatura dos documentos de estágio que, em alguns momentos, chegou a dificultar e quase me fazer perder a vaga, porém consegui a devolutiva dos documentos em tempo para começar o estágio.

Após a contratação, iniciei a experiência na SUFRAMA. Os primeiros dias foram dedicados à apresentação e familiarização com o espaço, as pessoas e os processos de trabalho. Essa fase inicial foi essencial para que me sentisse mais confortável e me identificasse com a cultura organizacional da autarquia.

Já adaptada ao sistema e ao funcionamento da comunicação, as atividades foram iniciadas. O auxílio no planejamento, na implementação e no gerenciamento da gestão de comunicação institucional na organização foi a principal responsabilidade da autora. Fonseca (2016 apud Kunsch, 2016, p.164), define esta atividade é definida como “um conjunto de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público

sobre a filosofia, as políticas, as práticas e os objetivos das organizações, de modo a tornar compreensíveis essas propostas”.

Os processos da comunicação institucional foram desenvolvidos por meio dos canais de comunicação, incluindo mídias sociais e eventos. Nas mídias sociais, foi atribuída a mim a responsabilidade de gerir duas páginas oficiais da autarquia, nas plataformas *Facebook* e *Instagram*.

A atividade incluía a publicação de conteúdos das notícias do site oficial da organização e de conteúdos relacionados a datas sazonais que tinham conexão com a entidade, de maneira leve e atrativa. Nessas publicações, eram dadas as atenções para que seus conteúdos não comunicassem de forma superficial, visto que a Zona Franca de Manaus passa por algumas instabilidades políticas que poderiam acarretar problemas de imagem e discurso para a autarquia.

Coordenar, implantar, criar e produzir materiais que transmitissem o caráter institucional da organização e se enquadrarem no escopo da comunicação organizacional foi desafiador. No final, enfrentei o desafio, solicitei auxílio de superiores para aprender como proceder e adotei uma nova abordagem na entrega das notícias.

Figura 1: Impressão de notícias que foram publicadas na plataforma Facebook da SUFRAMA



Fonte: A autora (2024)

O entendimento de Kunsch (2016) é de que a comunicação institucional implica conhecer e compartilhar seus atributos como missão, visão, valores, filosofia e políticas, e não uma simples divulgação institucional e de marca.

Desse modo, a comunicação institucional é algo complexo, e a organização deve se valer de estratégias e políticas bem definidas de comunicação, delineadas e planejadas estrategicamente pela área de Relações Públicas, numa perspectiva de comunicação integrada. À vista disso, as mídias eram utilizadas para relacionamento com os públicos.

Os eventos também faziam parte da rotina, uma vez que minha atuação era na Coordenação de Eventos (COEVE), sob a supervisão da profissional de Relações Públicas, Tayana Rubim Batista. Cesca (2008, p. 20) afirma que “para as relações públicas, evento é a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização de seu público de interesse.”

Esse conceito era muito bem-feito durante os eventos mais importantes da autarquia em destaque para o Conselho de Administração da Suframa (CAS), que tem por finalidade definir diretrizes, planos, programas, projetos e ações a serem desenvolvidas na área de atuação da Autarquia, SUFRAMA nas Escolas e o Encontro SUFRAMA.

O CAS ocorre a cada dois meses de maneira presencial ou online. Alguns dos membros titulares são o Ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços; o Ministro da Agricultura e Pecuária; o Ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação; os governadores e prefeitos das capitais da área de atuação da SUFRAMA, e o Superintendente da SUFRAMA.

Figura 2. Equipe da Coordenação Geral de Comunicação (CGCOM) junto ao Superintendente da SUFRAMA após a reunião do CAS



Fonte: Adriano dos Santos (2022)

Algumas atividades realizadas para o evento foram o envio antecipado do convite, confirmação de presença, preparação do ambiente, como a composição da mesa, organização das primeiras fileiras do auditório, que devem ser usadas para autoridades e convidados especiais, e auxílio para a mestre de cerimônias.

O CAS era o evento mais desafiador, pois lidava com pessoas de cargos superiores e de extrema importância para a Zona Franca de Manaus. A atenção era redobrada nas vésperas da reunião, assim como o esforço para não haver erros. Certa vez, no dia anterior ao CAS, entreguei pessoalmente os cartões de boas-vindas a alguns convidados hospedados em hotéis da cidade. No entanto, ocorreu uma troca nas fichas de identificação, o que me levou a procurar por pessoas em hotéis diferentes. Felizmente, o erro não resultou em problemas maiores, mas serviu como uma valiosa lição para que eu estivesse mais atenta.

O SUFRAMA nas Escolas (2019) é um projeto que realiza palestras informativas em instituições de ensino com o intuito de disseminar aos estudantes do nível médio informações sobre o que é a SUFRAMA, o modelo da Zona Franca de Manaus (ZFM) e a

importância de ambos para a região e o país, nos aspectos econômico, social, ambiental e tecnológico.

Figura 3. Funcionários da SUFRAMA junto aos alunos e profissionais do Centro de Educação de Tempo Integral Gilberto Mestrinho na primeira edição do SUFRAMA nas Escola de 2022



Fonte: Isaac Júnior/SUFRAMA (2022)

Durante o projeto, diversas escolas, de todas as zonas da cidade de Manaus, foram visitadas. Pude não só aprender mais sobre a história da autarquia e da Zona Franca de Manaus, mas também foi onde mais tive a prática de eventos, como cerimonial, protocolo, fiscalização da infraestrutura interna e externa, monitoramento de atividades e avaliação do projeto. Ao final de cada evento, era realizada uma pesquisa com os alunos sobre a opinião do projeto, do palestrante e a importância deste.

Farias (2011) vê o uso de eventos como uma ferramenta estratégica de Relações Públicas imprescindível para colaborar com as ações de comunicação integrada nas organizações. Organizar e auxiliar nas visitas de interesse da instituição foi a atividade que mais gostei e que mais me aproximou da SUFRAMA. Ver o empenho dos servidores durante cada palestra dirigida ao público estratégico e descobrir qual era a opinião dos estudantes em relação ao órgão era algo que trazia conforto e felicidade.

Figura 4. Servidores da CGCOM após a realização do Encontro SUFRAMA



Fonte: Adriano dos Santos (2022)

Outro projeto da autarquia é o Encontro SUFRAMA, um evento de caráter informal, criado com a intenção de aproximar os servidores. Ele foi realizado, na maioria das vezes, de maneira remota devido à pandemia de COVID-19 e, durante o fim dos decretos de isolamento social, passou a ser feito presencialmente na sede da autarquia.

Durante o encontro, tive funções como buscar a lista de aniversariantes do mês para serem homenageados, buscar histórias de alguns servidores de destaque, gravar vídeos de funcionários relatando suas experiências de trabalho. O evento em si era voltado para a valorização dos servidores e fortalecia a cultura organizacional da autarquia.

O auxílio no desenvolvimento das pesquisas e das auditorias de opinião também fazia parte da rotina do estágio. A pesquisa de opinião, segundo Kunsch (2017, p.307), pode ser utilizada com os empregados, consumidores, comunidade etc., para conhecer a opinião desses públicos sobre a organização, fatos ou acontecimentos e o nível de satisfação no relacionamento entre ambos. A autora também afirma que

a auditoria de opinião visa ouvir o parecer de públicos representativos sobre determinada situação ou realidade que está sendo pesquisada, a fim de colher dados significativos e relevantes para construir um

diagnóstico correto, com vistas na realização de um planejamento de ações futuras para intervir nessa mesma realidade ou situação. (Kunsch, 2007, p.307)

As pesquisas e auditorias eram feitas durante o fim de cada “SUFRAMA nas Escolas”. Quando cada apresentação estava acabando, era entregue aos alunos uma pesquisa em que constavam questões que solicitavam a opinião quanto à apresentação, à sua duração e se já tinham conhecimento sobre a SUFRAMA. Nela, eles podiam classificar suas opiniões como muito ruim, ruim, regular, bom ou muito bom.

Após a coleta de dados, ocorria a tabulação que impactava diretamente nas decisões e apresentações dos próximos eventos, para manter uma imagem positiva e garantir a boa vontade dos públicos em relação à organização. Assim, pressupõe-se a função básica de Relações Públicas, que é o planejamento e a gestão dos assuntos públicos e das políticas corporativas permanentes dos relacionamentos organizacionais com seus públicos estratégicos.

Em março de 2023, a experiência de estágio na SUFRAMA foi encerrada para que pudesse buscar novos conhecimentos na área de Relações Públicas e comunicação em geral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como já é de conhecimento notório, assim como destacado no texto desse artigo, a comunicação pública tem o desempenho significativo no desenvolvimento da sociedade, na promoção de transparência entre o Estado e os cidadãos. No que tange à SUFRAMA, isso evidencia-se na promoção dos polos da Zona Franca de Manaus, expoente importante para o desenvolvimento econômico do Amazonas e da Amazônia.

Dentro dessa perspectiva, pude entender, na prática a relevância da atividade de comunicação e das relações públicas para atender a essas necessidades. Acredito que o princípio da atividade de RP, dentro dessa autarquia da esfera pública consegue ser satisfatória dentro do processo.

Durante o período do estágio, a aprendizagem foi relevante na medida em que se desenvolveram diversas atividades que proporcionaram a aquisição e o desenvolvimento de diferentes competências. O conhecimento adquirido em sala de aula, principalmente nas disciplinas de Realidade Regional em Comunicação, Comunicação na Gestão Pública e Comunicação Institucional foram fundamentais para a aplicação prática na instituição, assim como todas as outras da matriz curricular do curso.

Além do conhecimento acadêmico-profissional, foi desenvolvido o relacionamento interpessoal com outros funcionários que possuíam idades e realidades bem diferentes da minha. A constante interação com estes servidores de outros setores, possibilitou uma adoção melhor postura dentro e fora do ambiente de trabalho, principalmente no crescimento pessoal, mesmo enfrentando dificuldades pessoais com terceiros. O convívio com profissionais mais experientes e oriundos de outras áreas da comunicação ampliou ainda mais a visão sobre a prática comunicacional.

Destaco também a identificação própria com os valores da SUFRAMA, como competência, parceria, compromisso social e com o meio ambiente, também foi de extrema importância para que um trabalho melhor fosse realizado. Sendo assim, fica evidente a importância do estágio não-obrigatório para a autora, visto que cresceu não só profissionalmente, exigindo responsabilidade, tempo e dedicação, mas também pessoalmente.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei n. 11.788, de 25 de setembro de 2008. **Dispõe sobre o estágio de estudantes**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 3-4, 26 set. 2008.

CESCA, Cleuza Gimenes. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. 9. ed. rev. e atual. São Paulo: Summus Editorial, 2008. ISBN 9788532304018.

DUARTE, Jorge. Comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação pública – estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3a ed. São Paulo: Atlas, 2012.

FARIAS, Luiz Alberto de (org.). **Relações públicas estratégicas**: técnicas, conceitos e instrumentos. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2011. 320 p. ISBN 9788532307125.

FSB Comunicação. **Comunicação pública**: por que ela é tão importante? Disponível em: <https://www.fsb.com.br/hub-fsb/comunicacao-publica-por-que-ela-e-tao-importante/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20p%C3%BAblica,envolvimento%20de%20toda%20a%20sociedade>. Acesso em: 11 mar. 2024.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 6. ed. rev. São Paulo: Summus, 2016. (Novas buscas em comunicação; v. 17).

LIEDTKE, Paulo; CURTINOVI, Jéfersson. **Comunicação pública no Brasil**: passado, presente e futuro. 2016.

MAINIERI, T.; RIBEIRO, E. M. A. O. **A comunicação pública como processo para o exercício da cidadania**: o papel das mídias sociais na sociedade democrática. *Organicom*, [S. l.], v. 8, n. 14, p. 49-61, 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139084>. Acesso em: 12 fev. 2024.

SANTOS JÚNIOR, E. G. **A importância da comunicação na gestão pública e sua influência e relações com os interesses públicos, políticos e transparência governamental**: o caso da Prefeitura de Castro – Paraná. *Publicatio UEPG: Ciências Sociais Aplicadas*, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 193–202, 2012. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/sociais/article/view/4073>. Acesso em: 22 jul. 2024.

SUPERINTENDENCIA DA ZONA FRANCA DE MANAUS. **Superintendência da Zona Franca de Manaus (SUFRAMA)**. Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/suframa-superintendencia-da-zona-franca-de-manaus/?originalSubdomain=br>. Acesso em: 14 jan. 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS. Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão. Resolução nº 03/2012. **Aprova o Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas (Bacharelado), do Instituto de Ciências Humanas e Letras – ICHL**. Manaus, 2012.

_____. Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão. Resolução n° 067/2011. **Disciplina os estágios obrigatórios e não obrigatórios na Universidade Federal do Amazonas**. Manaus, 2011.

_____. Pró-Reitoria de Ensino de Graduação da Universidade Federal do Amazonas (PROEG/UFAM). **Sobre a PROEG**. Disponível em: <https://proeg.ufam.edu.br/sobre-a-proeg.html>. Acesso em: 14 jan. 2024.

_____. Pró-Reitoria de Ensino de Graduação da Universidade Federal do Amazonas (PROEG/UFAM). **Departamento de Planejamento e Avaliação (DPA)**. Disponível em: <https://proeg.ufam.edu.br/dpa.html>. Acesso em: 14 jan. 2024.

_____. Pró-Reitoria de Ensino de Graduação da Universidade Federal do Amazonas (PROEG/UFAM). **Guia de Estágio Curricular**. Disponível em: <https://proeg.ufam.edu.br/estagio-curricular/57-editais/proeg/677-guia-de.html>. Acesso em: 14 jan. 2024.

_____. **Regulamenta o Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas (Bacharelado), do Instituto de Ciências Humanas e Letras – ICHL**. Manaus, 2012

_____. **Sobre a UFAM**. Disponível em: <https://ufam.edu.br/sobre.html>. Acesso em: 12 fev. 2024.