

## Estágio supervisionado de Relações Públicas na gestão pública e seus desafios: uma relação entre teoria e prática

Andrielly de Oliveira Mitouso<sup>1</sup>

### Resumo

O estágio supervisionado é a execução prática do processo educacional de ensino-aprendizagem que possibilita o desenvolvimento de habilidades específicas e a aplicação do conhecimento teórico no contexto organizacional. Pensando nisso, o presente artigo objetiva descrever o desempenho prático da modalidade de estágio supervisionado na área de Relações Públicas, por meio de atividades elaboradas no Departamento de Prevenção à Violência (DPV), integrado à Secretaria de Segurança Pública do Amazonas (SSP-AM). O relato das ações desenvolvidas nesta organização, durante o período de março a novembro de 2023, teve como base essencial o conhecimento teórico de autores das áreas de comunicação, *design* e fotografia, que, juntos, contribuíram para a viabilização de uma comunicação estratégica, utilizando as ferramentas de diagnóstico, de planejamento, de execução e de avaliação dos resultados.

**Palavras-chave:** Estágio Supervisionado. Gestão Pública. Relações Públicas. Teoria e Prática.

### Introdução

O processo temporal da graduação é um ciclo em que a base do aprendizado é, inicialmente, regida pela sistemática teórica. Na Universidade Federal do Amazonas (UFAM), para além do tripé acadêmico de ensino, pesquisa e extensão, uma outra modalidade de aplicação da teoria no cenário prático é a vivência do estágio supervisionado curricular. Tal modelo de atividade, ainda que não classificado como obrigatório no projeto pedagógico do curso, possibilita a preparação daquele futuro profissional para o mercado de trabalho.

Para Bianchi et al. (2005) o estágio supervisionado consiste em uma experiência que estimula não somente a criatividade, mas também a independência e a definição do estilo de trabalho daquele futuro profissional, oportunizando ao acadêmico a real

---

<sup>1</sup> Graduanda do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. Correio eletrônico: andriellymitouso1@gmail.com

percepção da área no cenário tangível. Sendo assim, é justo afirmar que essa modalidade tem como escopo a aplicação prática do conhecimento metodológico adquirido em sala de aula, de maneira que, especialmente ao profissional de comunicação, o envolvimento legítimo com o ambiente organizacional e seus respectivos públicos estimula a autoconfiança e, conseqüentemente, um melhor gerenciamento das atividades.

Posto isto, o presente relato busca descrever a experiência do estágio supervisionado de Relações Públicas, especificamente na atribuição do cargo de *social media*, dentro do Departamento de Prevenção à Violência (DPV), que compõe o sistema de segurança da Secretaria de Segurança Pública do Estado do Amazonas (SSP-AM).

Salienta-se ainda que serão abordados tópicos relativos ao organograma do setor, relação entre teoria e prática acadêmica, atividades desempenhadas, metodologia escolhida para composição do artigo, além das principais dificuldades enfrentadas no contexto gerencial público-estadual.

## **Metodologia**

Este relato consiste em um produto da experiência de estágio supervisionado de comunicação, realizado no Departamento de Prevenção à Violência (DPV), setor suplementar à Secretaria de Segurança Pública do Estado do Amazonas (SSP-AM). As atividades descritas neste artigo correspondem a um trabalho desempenhado durante o período de março a novembro de 2023, totalizando 9 meses consecutivos no cargo de “estagiária de *social media*”, com carga horária de 6 horas diárias, durante 5 dias semanais.

No que diz respeito ao material analisado para a elaboração deste trabalho, foram descritas as atividades de: diagnóstico, planejamento de conteúdo, edição de vídeo, tratamento de imagem, elaboração de material gráfico para campanhas internas, técnicas de *copywriting* para elaboração de textos para as redes sociais, clipping e

relatório de mídias. Certamente, para além de atividades *online* - diretamente ligadas à função de *social media*, também foram desempenhadas competências no modo *offline*, com o intuito de alcançar o público interno e torná-lo um multiplicador da marca.

Sendo assim, levando em conta a escassez na afluência de relatos de experiência em estágio na área de Relações Públicas, optou-se pela pesquisa exploratória descritiva com abordagem qualitativa.

A pesquisa exploratória, do ponto de vista de Gil (2002), tem como finalidade proporcionar mais visibilidade ao tema proposto, até então, pouco explorado. E já a pesquisa descritiva, segundo Silva & Menezes (2000), visa descrever as características de um determinado fenômeno, estabelecendo relação com outras variáveis. Somando a isso, a abordagem qualitativa compreenderá a base teórica necessária para fundamentar a escolha das atividades desempenhadas no estágio.

Para isso, a revisão de obras, artigos e revistas científicas disponibilizados nas plataformas acadêmicas: Google Acadêmico, Scielo e demais acervos universitários, foram essenciais para composição deste trabalho, expandido, assim, a margem para estudos subsequentes e novas interpretações sobre o tema.

### **Sobre o Departamento de Prevenção à Violência (DPV)**

O Departamento de Prevenção à Violência (DPV), é integrado à Secretaria de Segurança Pública do Amazonas (SSP-AM). O setor foi criado em 2018, e, desde lá, desenvolve atividades por meio de seus dois principais projetos:

- DPV nas escolas: ministra palestras de prevenção às drogas e à violência, direcionadas às unidades de ensino da capital e do interior do Amazonas;
- Programa de Prevenção à Violência e Combate ao Uso de Narcóticos e Entorpecentes (PREVINE): que, em parceria com a Secretaria Executiva Adjunta de Operações Integradas (SEAOP), desenvolve ações de apoio no ingresso ao

tratamento de dependência química; e formação de multiplicadores em prevenção às drogas e à violência.

No que diz respeito à cultura organizacional e ao direcionamento dos projetos, o DPV estabeleceu como missão, visão e valores:

- **Missão:** Atuar na prevenção à violência e às drogas no Estado do Amazonas, com foco nos grupos vulneráveis, por meio de atuação integrada com os órgãos do governo para disseminação da cultura de paz;
- **Visão:** Tornar a Secretaria de Segurança Pública do Amazonas referência nacional em ações de prevenção à violência e drogas em áreas de fronteira e de interesse, atuando de forma integrada com educação, saúde, assistência social e justiça.

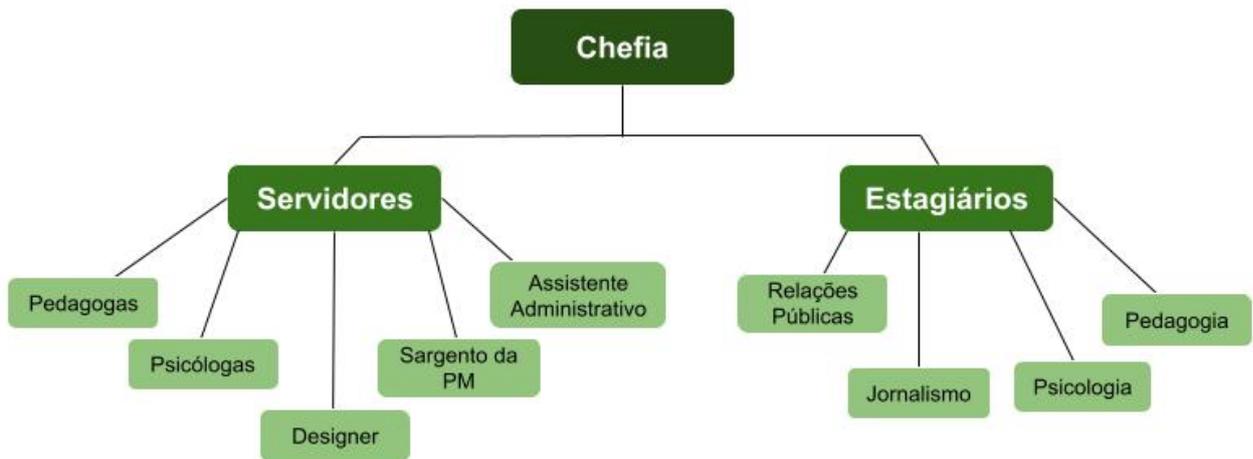
**Valores:**

- Ética;
- Transparência;
- Cooperação;
- Inovação;
- Eficiência;
- Respeito;
- Acessibilidade;
- Valorização à vida.

Por fim, o departamento possui, atualmente, em sua estrutura organizacional, uma equipe composta por 11 servidores e 07 estagiários, conforme pode ser observado na Figura 1:

**Figura 1** – Organograma do DPV

## ORGANOGRAMA



Fonte: elaborado pela autora a partir de pesquisa na organização

### Estágio supervisionado: uma relação entre teoria e prática

O estágio é uma atividade que proporciona ao aluno a experiência profissional necessária para a sua inserção no mercado de trabalho (Oliveira e Cunha, 2006). Essa modalidade é subdividida em duas categorias, sendo elas o estágio obrigatório, que está expressamente presente no projeto curricular do curso, sendo um requisito essencial para obtenção de diploma acadêmico. E o estágio supervisionado que, ainda que não faça parte da proposta pedagógica do curso, é igualmente relevante para o aprendizado prático do estudante.

No que diz respeito às competências do estagiário, a lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, que dispõe sobre o estágio de estudantes, prevê a necessidade de sinergia entre o campo do trabalho e do ensino. Tal relação se faz indispensável, visto que o compromisso formalizado entre o estagiário, a instituição de ensino e a empresa é baseado em um plano de atividade que materializa a extensão do ambiente de trabalho ao projeto do curso.

Assim sendo, o registro da prática profissional do acadêmico deve, preferencialmente, pautar-se no conhecimento teórico e investigativo. De acordo com Passeggi (2008, p. 36), relatar tal experiência educacional não é uma tarefa fácil, uma vez que “fixar na escrita o que se tenta pegar no ar, o que foge e escapa a cada tentativa é um trabalho ao mesmo tempo laborioso, sedutor e consideravelmente formador”.

Além disso, a etapa do estágio supervisionado constitui uma das fases mais importantes para a construção profissional de um discente, afirma Tardif (2002). Certamente, o aprendizado prático, paralelo ao conhecimento teórico, é uma considerável ferramenta de preparação ao enfrentamento dos desafios presentes nos ramos das mais diversas carreiras. Poder adentrar o espaço organizacional com uma visão prática das relações interpessoais é, sem dúvidas, um diferencial competitivo.

Para Scalabrin e Molinari (2013), o aprendizado é muito mais eficiente quando é obtido por meio da experiência, pois na prática o conhecimento é assimilado com maior eficácia, tendo em vista que se torna muito mais comum ao estagiário lembrar-se de atividades durante o percurso do estágio do que das atividades que realizou em sala de aula enquanto aluno.

Da mesma maneira que a prática esclarece muitas dúvidas que surgem ao longo da trajetória pedagógica, ela também abre espaço para novos questionamentos, desta vez, na visão de alguém que executa, no cenário tangível, o conhecimento concebido no ambiente acadêmico. Interrogações relativas à ética profissional, às competências da área, à postura ideal diante de uma crise e, principalmente, com qual área o estudante desenvolve maior conexão, são muito comuns. Tal cenário proporciona ao graduando a chance de reconhecimento de suas limitações e oportunidades, impulsionando o desenvolvimento pessoal e profissional.

Para mais, Scalabrin e Molinari (2013) ainda estabelecem que:

O Estágio em sua acepção mais ampla sugere dar condições ao estagiário para a reflexão relativa ao seu fazer pedagógico mais abrangente e assim construir a sua identidade profissional. Deste modo, o estágio é um campo de conhecimento, é uma aproximação do estagiário com a profissão que irá exercer e com as pessoas com quem irá trabalhar suas práticas a cada dia para

que enfrente menos dificuldades futuramente. (Scalabrin e Molinari, 2013, p.09)

Sendo assim, no que diz respeito à construção de uma identidade profissional atribuída a essa modalidade de ensino aplicado, este artigo discorre sobre o desempenho das atividades pautadas no conhecimento metodológico adquirido durante as disciplinas.

### Resultados

Para que estratégias de comunicação possam ser desempenhadas dentro do ambiente organizacional, é necessário, primeiramente, reconhecer a situação em que aquele espaço se configura. Para isso, foi utilizada a técnica de análise *SWOT* que consiste na identificação clara e objetiva das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da organização. MCCREADIE (2008) diz que a matriz *SWOT* serve para posicionar estrategicamente uma empresa no ambiente em que ela atua. Logo, saber identificar os pontos fracos de uma organização e em seguida alinhá-los aos fatores de sucesso, satisfaz o mercado e possibilita uma vantagem competitiva a longo prazo (RODRIGUES et. al., 2005).

O diagnóstico obtido após a utilização da ferramenta foi:

**Figura 2 - Análise SWOT do DPV**

<b>ANÁLISE SWOT</b>	
<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reconhecimento na capital do Amazonas e nos interiores</li> <li>● Equipe composta por pedagogos e psicólogos especialistas em saúde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Escassa interação com o público estratégico</li> <li>● Fotos de baixa qualidade</li> <li>● Ausência de segmentação de público</li> </ul>

mental e abordagem pedagógica <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinergia entre os funcionários</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Linguagem pouco atrativa</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maior credibilidade por estar associado à Secretaria de Segurança Pública do Amazonas</li> <li>• Tem como público estratégico jovens estudantes, sendo esse, o grupo mais ativo nas redes sociais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitação de gastos por parte do Governo</li> <li>• Burocracia da gestão pública</li> </ul>

**Fonte:** elaborado pela autora a partir de pesquisa na organização

Com isso, foi possível traçar as estratégias iniciais a serem implementadas não somente no modo *online*, mas também no *offline*, a fim de reduzir falhas nos processos comunicacionais que pudessem comprometer a imagem da organização perante os públicos estratégicos.

Levando em conta a segurança e sigilo dos pacientes atendidos no Programa de Prevenção à Violência e Combate ao Uso de Narcóticos e Entorpecentes (PREVINE), a principal atividade divulgada aos públicos externos era, justamente, o projeto de palestras psicopedagógicas realizadas nas instituições de ensino do estado.

Pensando nisso, para que as ações pudessem alcançar seus públicos de maneira segmentada e estratégica, o primeiro passo foi a elaboração de um planejamento mensal de mídias. Para Ackoff apud Kunsch (2003), o planejamento é “algo que fazemos antes de agir, isto é, uma tomada antecipada de decisão”. Portanto, compôs o referido documento: datas comemorativas e suas respectivas peças gráficas e legendas já pré-definidas; *mockup* da divulgação das palestras, baseado nos temas a serem abordados nas ações semanais; além de campanha mensal (ex.: outubro rosa) contendo material informativo digital e impresso para ações internas e externas ao setor. O tempo estimado para finalização do planejamento mensal variava entre 3 e 5 dias úteis.

No que concerne às palestras ministradas nas escolas, era incumbido ao estagiário apoio à palestra, o envio de relatório contendo: nome da escola, turma presente na ação, idade média dos alunos, temas abordados, horário e data da ação, bem como o nome dos servidores e estagiários presentes na execução e no apoio das atividades. A partir deste resumo, eram produzidas as legendas dos *posts* de divulgação das palestras, utilizando técnicas de escrita como o *copywriting*, combinadas a uma linguagem acessível adaptada ao público estratégico. O *copywriting* está intimamente ligado ao conceito de comunicação eficaz, isso porque ele permite que a mensagem seja transmitida de forma clara e persuasiva, despertando o interesse dos *stakeholders*.

Complementar a isso, também foi realizada a orientação de toda a equipe a respeito de noções básicas de fotografia, com apoio de material didático elaborado no Canva e disponibilizado digitalmente aos servidores e estagiários. O documento dispunha de dicas de enquadramento, iluminação e estabilização de imagem. Para Peter e Silva (1999, p. 13) o propósito principal da fotografia é justamente a comunicação, sendo esse recurso a ponte que viabiliza a troca de informações entre transmissor e receptor da mensagem. Por isso a importância de prezar pela qualidade das imagens compartilhadas no perfil do DPV. Uma fotografia ruim é incapaz de comunicar de forma assertiva e transmitir a mensagem desejada.

Outra estratégia bastante utilizada para gerar identificação com o público foi o *storytelling*, que consiste na “arte de contar histórias”, com o objetivo de fazer com que o público sintasse visto e representado pela organização. Autores como Joseph Campbell (ano), com sua teoria do “herói de mil faces”, e Robert McKee (ano), com suas análises sobre estrutura narrativa, contribuíram para a compreensão profunda do *storytelling* como uma ferramenta poderosa na comunicação e na criação de conexões emocionais. A ferramenta foi aplicada, principalmente, nos vídeos do *reels*, em um contexto em que os alunos interagem com o palestrante a respeito do tema debatido, bem como nos vídeos institucionais produzidos para ações internas e externas em que o público partilhava sua percepção sobre a ação desenvolvida.

O *clipping* foi outra ferramenta utilizada como estratégia de divulgação das atividades do DPV. De acordo com Rabaça e Barbosa (1998), o *clipping* é um serviço de apuração, coleção e fornecimento de recortes de jornais/revistas a respeito de determinado assunto ou atividade desempenhada por alguém ou por determinada organização. Sabendo que o público estratégico da organização - jovens estudantes, fortuitamente consome informação por meio de portais jornalísticos - foi criado um modelo gráfico para divulgação e destaque das notícias no *Instagram*, contendo capa da matéria e o *link* direcionando pontualmente para a notícia na íntegra.

Decerto, não somente ações *online* são capazes de tornar a comunicação de uma organização eficiente. Clemen (2005) diz que é importante reconhecer o público interno como multiplicador e disseminador da imagem organizacional. Pensando nisso, também foram desenvolvidos materiais de comunicação interna, tendo como fator importante a saúde mental dos servidores e, conseqüentemente, o reconhecimento do seu desempenho laboral. Para tal fim, em campanhas internas organizadas pelo DPV, foram elaborados folhetos com dicas de respiração para controle de ansiedade, principais sintomas da síndrome de *burnout*, fatores de risco para depressão, bem como o contato para atendimento e apoio psicológico fornecido pelo próprio DPV aos funcionários.

Além disso, também foram entregues no Dia das Mães e dia dos pais, blocos de notas personalizados para cada servidor. A arte gráfica de todos os materiais foi desenvolvida no Canva e posteriormente encaminhada a uma gráfica especializada, para impressão e encadernação do material.

Por fim, para avaliar o resultado das ações desenvolvidas no *Instagram*, foi elaborado um relatório de mídias de atualização mensal, contendo todas as métricas, *insights* e alcances da conta do DPV na plataforma. O relatório foi disponibilizado em formato de apresentação de *slide*, englobando *prints* das métricas, interpretação dos dados, e a conclusão do relatório, destacando os pontos fortes a serem mantidos e os pontos fracos a serem repensados e posteriormente substituídos. A metodologia utilizada foi a avaliação comparativa de caráter quantitativo, analisando o desempenho

do mês corrente com o do mês anterior. Para Nonato (2023), a vantagem da avaliação quantitativa é a objetividade dos dados, que possibilita análises precisas e comparações a longo prazo.

Salienta-se que todas as atividades descritas neste relato seguem sendo desempenhadas no setor de prevenção à violência, tendo em vista os expressivos resultados obtidos após suas aplicações.

### **Considerações finais**

No panorama burocrático da administração pública, a comunicação é o pilar que assegura o perfazer da transparência, da participação cidadã e da eficiência laboral. Quando o graduando imerge na esfera prática do conhecimento, muito do que foi instruído em sala de aula colide fortemente com a realidade. Tal confronto pode dar início não só a novas oportunidades, mas também a grandes desafios. Em virtude disso, este relato de experiência evidenciou o processo necessário para a concepção de uma comunicação eficaz dentro de uma organização, partindo de um diagnóstico imprescindível, passando pelo planejamento, e é claro, pelos principais desafios enfrentados ao longo desse processo, trazendo na bagagem o conhecimento prático necessário que transpõe a sala de aula.

No que diz respeito às dificuldades enfrentadas, durante a graduação muito se discute sobre a importância do planejamento estratégico de comunicação. No entanto, quando se trata do serviço público, ainda que o trabalho seja pautado em um planejamento mensal, é preciso estar pronto para lidar com intercorrências que inevitavelmente irão surgir. Durante campanhas mensais, mesmo com o material previamente aprovado, era comum que demandas adicionais surgissem, seja por ordem da chefia imediata ou da própria secretaria e seus demais setores.

Além disso, a falta de equipamentos adequados para captação de imagem e de vídeo continua sendo um dos maiores desafios enfrentados pelo setor. Isso porque,

devido à limitação de gastos dos cofres públicos, os investimentos voltados para a comunicação das esferas da SSP-AM não são prioridade. Muito do que foi produzido para as redes sociais e campanhas internas foi feito por meio de aparelho celular dos próprios servidores e estagiários, o que corroborou uma difícil constância no padrão de qualidade dos materiais, tendo em vista a variedade de celulares disponíveis com desiguais configurações de câmera.

A conciliação entre universidade e estágio também foi um tópico desafiador pois, em muitos momentos, a ambição de fazer algo grandioso na comunicação do DPV era limitada pelas demandas acadêmicas. Algumas atividades realizadas no contra turno do estágio não eram documentadas da maneira correta, devido ao fato de não haver outro estagiário ou profissional da área para dar suporte no registro das ações. E ainda que as orientações a respeito das técnicas de fotografia e de vídeo estivessem dispostas aos servidores, a falta de equipamentos adequados, por vezes, comprometeu a qualidade dos *posts*. Por isso, é essencial que também haja planejamento na rotina do estagiário, pois trabalhar com o exequível e saber improvisar com o que está ao seu alcance pode evitar possíveis frustrações ao longo do caminho.

Embora tenham surgido contratemplos, o DPV, tanto no *instagram* quanto no cenário *offline*, obteve uma expressiva evolução no aspecto relacional com seus públicos estratégicos. No *online*, os perfis já seguidores mostraram maior interação por meio de curtidas, comentários, compartilhamentos e mensagens diretas, totalizando um ganho de 123,04% no engajamento em comparação ao alcance das publicações feitas nos meses anteriores ao estágio supervisionado. Este percentual foi calculado pela própria plataforma do *Instagram*. Além disso, também foi observado que as postagens de maior alcance foram de palestras ministradas dentro das redes de ensino. Tal fato se mostra evidente, pois, além de se sentirem acolhidos durante as ações, os alunos também se viram representados nos *posts* publicados no perfil, o que comprovou a eficácia das técnicas utilizadas para envolver o público, como o *storytelling* e o *copywriting*.

Por fim, referente às atividades *offline*, a elaboração dos materiais informativos e personalizados para composição das campanhas mensais internas se mostraram uma ferramenta essencial na viabilização das relações interpessoais do DPV com os demais setores da secretaria. Isso porque tais ações frequentemente envolviam todos os servidores da organização, fazendo com que as atividades do DPV obtivessem reconhecimento interno e fizessem desse público um fator de ampliação da marca e do legado construído pelo departamento.

## Referências

BIANCHI, A. C. M., et al. **Orientações para o Estágio em Licenciatura**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BRASIL. Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008. **Dispõe sobre o estágio de estudantes**. *Diário Oficial da União*, Brasília, 26 set. 2008. Seção 1, p. 3.

CLEMEN, Paulo. **Como implantar uma área de Comunicação Interna – Nós, as pessoas, fazemos a diferença**. São Paulo: Mauad, 2005.

GIL, A. C. (2002) **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas S/A

MCCREADIE, Karen. **A Arte da Guerra SUN TZU: uma interpretação em 52 ideias brilhantes**: 1. ed. São Paulo.

NONATO, Livia. **Avaliação de resultados: o que é, como fazer e os tipos**. AEVO. 2023. Disponível em: <<https://blog.aevo.com.br/avaliacao-de-resultados/>>. Acesso em: 04 dez. 2023

OLIVEIRA, E.S.G.; CUNHA, V.L. **O estágio Supervisionado na formação continuada docente à distância: desafios a vencer e Construção de novas subjetividades**. *Revista de Educación a Distancia*. Ano V, n. 14, 2006. Disponível em <http://www.um.es/ead/red/14/>. Acesso em: 25 nov. 2023.

PASSEGGI, M. da C. **Mediação biográfica: figuras antropológicas do narrador e do formador**. In: PASSEGGI, M. C.; BARBOSA, T. M. N. (Org.). **Memórias, memoriais: pesquisa e formação docentes**. Natal: EDUFERN; São Paulo: Paulus, 2008. p. 43-58.

PETER, Jorge; SILVA, Verônica Monteiro da. **Cadernos do mestre Peter: um curso de fotografia na sua essência**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999

RABAÇA, Carlos Alberto, BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Editora Ática, 1998.

RODRIGUES, Jorge Nascimento; et al. **50 Gurus Para o Século XXI**. 1. ed. Lisboa: Centro Atlântico.PT, 2005.

SCALABRIN, Izabel Cristina; MOLINARI, Adriana M. Corder. **A importância da prática do Estágio Supervisionado nas licenciaturas**. UNAR – Revista Científica do Centro

Universitário de Araras “Dr. Edmundo Ulson”, v. 7, n. 1, 2013. Disponível em: <<http://revistaunar.com.br/cientifica/volumes-publicados/volume-7-no1-2013>>. Acesso em: 22 nov. 2023

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: UFSC/PPGEP/LED, 2000.

TARDIF, Maurice. **Saberes docentes e formação profissional**. Petrópolis: Vozes, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4ª edição revista. São Paulo: Summus, 2003.