



O TRABALHO DE ESTÁGIÁRIO EM COMUNICAÇÃO CULTURAL: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA NO MERCADO ALIMENTACE¹

João Ferreira Lima Neto²

Naiana Rodrigues³

Universidade Federal do Ceará (UFC)

RESUMO:

O presente trabalho tem como objetivo relatar a experiência de estágio realizada no Mercado AlimentaCE, destacando as particularidades vivenciadas pelo estagiário em Comunicação Cultural em contraste com outras áreas da Comunicação. Além disso, o texto propõe uma reflexão crítica sobre o estágio curricular, compreendendo-o como um processo formativo que permite ao estudante transcender a dicotomia entre teoria e prática. Ao mesmo tempo, busca-se ampliar a compreensão sobre as dinâmicas da carreira, do exercício profissional e do mercado de trabalho, bem como discutir aspectos pertinentes às relações trabalhistas inerentes à realidade estagiária.

Palavras-chave: Comunicação cultural; estágio curricular; Mercado AlimentaCE; trabalho cultural; multidisciplinaridade.

INTRODUÇÃO

O Mercado AlimentaCE é um equipamento cultural de relevância estratégica para a preservação e dinamização da identidade gastronômica do Ceará. Integrante do Complexo Cultural Estação das Artes, este espaço transcende sua função comercial primordial ao assumir um papel multifacetado na valorização da cadeia produtiva local. Nele, os alimentos regionais são apresentados não apenas como produtos de consumo, mas como portadores de

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação e Trabalho, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 24 e 26 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação do 9º semestre do Curso de Jornalismo-UFC. E-mail: joaferreraneto2@gmail.com.

³ Professora do Curso de Jornalismo da UFC e do programa de Pós-graduação em Comunicação da UFC, pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) da Universidade de São Paulo (USP)



narrativas que articulam dimensões simbólicas, históricas e socioeconômicas intrínsecas à cultura cearense.

Minha trajetória como estagiário do equipamento teve início em junho de 2024, após um processo seletivo realizado na sede do Instituto Mirante, empresa pública que administra o Mercado AlimentaCE. Nos primeiros dias de atuação, fui apresentado à equipe de comunicação da instituição, formada pela coordenadora de comunicação, um analista de mídias sociais e um designer, que me receberam de forma acolhedora e me integraram às rotinas do setor.

METODOLOGIA

Adotou-se a metodologia de relato de experiência (GIL, 2019), articulando descrição das atividades com reflexão crítica. As ações desenvolvidas dividiram-se em três categorias:

1. Produção de conteúdo: redação de releases institucionais e clipagem semanal de matérias (jan-dez/2024), utilizando ferramentas como o buscador do Google.
2. Cobertura de eventos: plantões em finais de semana, combinando fotodocumentação (câmera Canon Rebel T5i) e gestão de redes sociais em um Iphone 14 (Instagram);
3. Participação institucional: envolvimento uma reunião de alinhamento entre estagiários e gestão.

Os dados foram registrados em diário de campo e analisados à luz de autores como Antunes (1999) sobre comunicação pública e Menger (2014) sobre trabalho cultural.

DESENVOLVIMENTO

Minhas atividades principais consistiam na redação de releases institucionais e na realização de clipagens de notícias. A produção textual apresentava um ritmo diferente do exigido em redações jornalísticas tradicionais, com um fluxo menos intenso que se limitava geralmente a cerca de um texto semanal. Contudo, a atividade de clipagem demandava um esforço consideravelmente maior, pois envolvia um trabalho retroativo de levantamento e organização de matérias desde janeiro de 2024. Esse processo exigia não apenas paciência e

atenção aos detalhes, mas também capacidade de síntese e familiaridade com ferramentas de monitoramento midiático.



A experiência permitiu-me compreender na prática as dinâmicas peculiares da comunicação institucional, que difere em vários aspectos do jornalismo convencional. Enquanto nas redações a produção de notícias segue um ritmo acelerado e pautado pelo factual, no ambiente institucional pude observar uma abordagem mais estratégica e planejada, com textos cuidadosamente elaborados para representar adequadamente a organização perante seus públicos de interesse.

Na semana inicial de estágio, fui designado para meu primeiro plantão, que ocorreria na sexta-feira pelo turno da noite, com o objetivo de cobrir um evento cultural. O Mercado AlimentaCE, em conjunto com a Estação das Artes, mantém uma programação cultural durante os finais de semana, o que exige a presença constante de um profissional de comunicação para realizar a cobertura nas redes sociais de ambos os equipamentos. Essa experiência inaugural me permitiu compreender na prática como se dá a atuação do comunicador nesses contextos, onde é necessário conciliar as demandas simultâneas de dois espaços culturais distintos, cada um com sua própria identidade editorial e linha de comunicação.

Durante o plantão, pude observar como pequenas nuances na abordagem, desde o tom da linguagem até a seleção de conteúdos, precisam ser cuidadosamente adaptadas para respeitar as particularidades de cada instituição, mesmo quando os eventos ocorrem de forma integrada. Essa dupla atribuição, que à primeira vista poderia parecer simples, revelou-se um exercício desafiador de versatilidade e atenção às especificidades de cada espaço cultural.

Com o passar dos meses, à medida que me adaptava ao fluxo de trabalho da equipe, novas responsabilidades foram incorporadas à minha rotina, especialmente no que diz respeito às funções de um analista de mídias sociais. Além das tarefas iniciais de redação de releases e clipagem, passei a assumir a gestão de publicações para o Instagram, incluindo a elaboração de textos alternativos (voltado a acessibilidade, seja visual ou de neurodiversidade), criação de legendas e direcionamento estratégico de postagens. Embora essas demandas fossem esporádicas, havia semanas em que o volume de trabalho se intensificava significativamente, criando um cenário dinâmico e por vezes desafiador, que exigia organização e capacidade de priorização.

Paralelamente, também assumi a função de fotógrafo nas atividades do Mercado AlimentaCE. Além da cobertura dos eventos culturais de fim de semana, o equipamento necessitava de registros fotográficos de suas ações educativas e de pesquisa – muitas vezes realizadas externamente. Esses registros eram essenciais não apenas para a divulgação nas



redes sociais, mas também como documentação institucional. Por ter familiaridade prévia com fotografia, ofereci-me voluntariamente para acompanhar essas atividades, o que me permitiu contribuir de forma mais ampla enquanto aprimorava minhas habilidades técnicas.

Essa experiência reforçou a importância da multimídia no campo da comunicação, mostrando como diferentes competências podem se complementar no ambiente profissional. Confirmando-se assim que a polivalência é uma marca do trabalho em comunicação, a qual pode tanto ter um aspecto positivo na medida em que permite ao profissional expandir suas habilidades, como se deu na minha experiência de estagiário, quanto uma dimensão negativa de acúmulo de atividades.

Nesse contexto, a graduação em Jornalismo desempenhou um papel **dicotômico** na execução dessas atividades. Se, por um lado, o conhecimento em produção textual, adquirido ao longo do curso, foi fundamental para a elaboração de conteúdos escritos, por outro, as demandas relacionadas à gestão de redes sociais e à produção fotográfica contaram com menor suporte teórico ou prático na formação acadêmica.

Durante determinados plantões, assumia simultaneamente a responsabilidade pela cobertura fotográfica e pelo gerenciamento das redes sociais - dupla atribuição que, embora enriquecedora profissionalmente, revelava-se particularmente desgastante. Esse acúmulo de funções demandava uma constante divisão de atenção entre capturar momentos significativos e produzir conteúdo digital em tempo real, situação que além de exaustiva, apresentava riscos operacionais. A necessidade de transitar rapidamente entre diferentes modos de atuação - do olhar atento do fotógrafo à agilidade do social media - exigia não apenas habilidade técnica, mas também significativo esforço cognitivo. Essa experiência me permitiu compreender na prática os desafios inerentes à multifuncionalidade em ambientes culturais, onde a qualidade do trabalho pode ser comprometida quando as demandas superam a capacidade de execução cuidadosa de cada tarefa.

A instituição adota um sistema de compensação para plantões, diferenciando-se do mercado jornalístico tradicional. Em vez de remuneração extra ou banco de horas fixo, oferece folgas flexíveis, permitindo uso conforme conveniência. Essa política reflete uma visão humanizada do trabalho em comunicação cultural, evitando a exaustão típica de redações comerciais. Ao reconhecer o esforço extra sem impor rigidez, promove bem-estar e **autonomia** na gestão do tempo. Tal modelo é especialmente valioso em contextos que exigem equilíbrio entre vida acadêmica e profissional. Assim, alia eficiência operacional a respeito pelas necessidades individuais.



Essa abordagem reflete um entendimento atual das relações de trabalho no setor cultural, que busca equilibrar produtividade com qualidade de vida.

O trabalho no setor cultural é entendido como um trabalho imaterial, como explica o Sociólogo e filósofo italiano Maurizio Lazzarato no seguinte trecho:

O trabalho imaterial não produz apenas mercadorias, mas, antes de tudo, produz a relação social que o envolve. [...] Ele atua sobre a dimensão intelectual, afetiva e linguística do trabalho, transformando a própria subjetividade do trabalhador em força produtiva. Na indústria cultural, na publicidade ou no design, por exemplo, o que se vende não é apenas um produto, mas um estilo de vida, uma experiência, uma identidade – processos que exigem a mobilização contínua da criatividade, da comunicação e dos afetos. (LAZZARATO, 1996, p 45)

Dessa forma, o setor cultural frequentemente é revestido por uma percepção romantizada, que associa as atividades profissionais a um constante exercício de ludicidade e realização pessoal. Essa visão, comum entre aqueles que observam o setor de fora, tende a ignorar a complexidade e as demandas burocráticas que fundamentam o dia a dia profissional. Na prática, assim como em qualquer outro campo, o trabalho cultural envolve rotinas administrativas, processos repetitivos e uma estrutura organizacional que muitas vezes distancia-se da imagem idealizada de criatividade permanente.

Contudo, essa constatação não diminui o valor singular do setor cultural, onde a criatividade de fato se manifesta como um elemento estruturante – ainda que inserida em um contexto de exigências práticas e desafios institucionais. Essa dualidade ficou evidente durante meu estágio, especialmente em um momento significativo de diálogo entre a gestão da organização responsável pelos equipamentos culturais e os estagiários. Nesse encontro, discutimos propostas concretas para melhorar as condições de trabalho, incluindo a implementação de benefícios como vale-refeição, suporte financeiro para plantões e capacitações periódicas (Que ainda não foram implementadas).

Essa iniciativa demonstrou, por um lado, a abertura da instituição para ouvir seus estagiários e, por outro, reforçou a necessidade de se combater a visão simplista que desconsidera as reais condições laborais do setor, mesmo em ambientes culturalmente estimulantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A vivência no Mercado AlimentaCE permitiu desconstruir visões idealizadas sobre o trabalho no setor cultural, revelando sua complexa tessitura que mescla criatividade e rotinas burocráticas. Se por um lado confirmou-se a importância da versatilidade técnica, por outro evidenciou-se a necessidade de melhores estruturas de apoio aos profissionais da área.



Observa-se a intensa flexibilização do trabalho já vivenciada pelos estagiários de comunicação. Como explica Ricardo Antunes (1999), a flexibilização é uma das marcas da precarização estrutural que assola o mercado de trabalho. Associada à expansão da mecanização, essa flexibilização impulsiona a produtividade e resulta na apropriação do *sobretabalho* — caracterizado pelo trabalho excedente no processo produtivo que não é remunerado adequadamente.

Contudo, embora não exista remuneração financeira, a motivação para exercer essas funções surge do desejo de contribuir socialmente e do sentimento de propósito gerado pela missão institucional - no caso, valorizar e fomentar a cultura alimentar cearense. A cultura, muitas vezes, funciona como um alicerce poderoso para sustentar o trabalho voluntário, transformando-o em uma prática significativa que transcende a lógica econômica.

No setor cultural e da comunicação, a flexibilização assume contornos particulares, uma vez que o trabalho imaterial (LAZZARATO, 1996) é frequentemente justificado como 'vocação' ou 'oportunidade', ocultando a precarização. Muitos estagiários e profissionais da área enfrentam jornadas extensas sem remuneração adequada, sob a lógica do 'trabalho criativo' (MENGER, 2014)

Como principais aprendizados, destacam-se: (1) o domínio de múltiplas linguagens como requisito para a comunicação cultural eficaz; (2) a importância da documentação sistemática para a valorização do patrimônio imaterial; e (3) a urgência em se pensarem políticas que conciliem as especificidades do setor com condições laborais dignas.

Esta experiência constituiu-se, assim, como um marco em minha formação - não apenas pelo desenvolvimento de habilidades técnicas, mas principalmente pela construção de uma visão crítica sobre os desafios e potencialidades da comunicação na esfera cultural pública.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 1999.

ANTUNES, Ricardo. O privilégio da servidão: O novo proletariado de serviços na era digital

LAZZARATO, Maurizio. **Trabalho imaterial: Formas de vida e produção de subjetividade**. Tradução: Mônica Jesus. Rio de Janeiro: DP&A, 1996. MENGER,