



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Catarina Filipa da Silva Domingues Graça

dezembro| 2016



Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

CATARINA FILIPA DA SILVA DOMINGUES GRAÇA
RELATÓRIO DE ESTÁGIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO
EM COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

novembro/2016

Ficha de identificação

Nome | Catarina Filipa da Silva Domingues Graça

Número de aluna | 5007914

Curso | Comunicação e Relações Públicas

Estabelecimento de ensino | Instituto Politécnico da Guarda

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Orientadora | Professora Doutora Maria Regina Gomes Gouveia

Entidade de Acolhimento | AdRA – Águas da Região de Aveiro, S.A.

Morada Travessa da Rua da Paz, nº4

Apartado 3144 EC-Taboeira

3801-101 Aveiro

Telefone | 234 910 200

Site | www.adra.pt

Supervisor | Dr. Nuno Vasconcelos Branco

Grau Académico | Licenciatura

Cargo | Responsável pela área de Comunicação e Educação Ambiental

Período de Estágio | 13 de junho de 2016 a 13 de setembro de 2016

Agradecimentos

E num ápice tudo terminou. As correrias às sextas-feiras à tarde para ir para casa e a saudade que começava a sentir aos domingos à noite, quando voltava para a Guarda... Estes três últimos anos foram deveras marcantes pelas experiências vividas, das melhores que algum dia poderia ter.

Em primeiro lugar, agradeço ao Instituto Politécnico da Guarda e a todos os professores que estiveram sempre disponíveis para me ajudarem e, acima de tudo, para me fazerem acreditar que só quando fazemos as coisas com gosto, de corpo e alma, atingimos verdadeiramente os nossos objetivos. Obrigada, também, por me terem ensinado que não basta ser muito bom para se ser o melhor. É preciso humildade, simplicidade, e nunca deixar de sonhar.

Obrigada à minha família, avó, pais, irmão e o meu namorado, a quem agradeço especialmente por me terem impelido e ajudado ao longo do meu percurso académico.

Aos meus amigos e colegas que estiveram presentes na minha vida e no meu caminho durante os três anos curriculares. Obrigada, sobretudo, por terem tornado único esse tempo partilhado e por levar comigo recordações inexpectáveis.

A todos, MUITO OBRIGADA!

Resumo

No âmbito da licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, do Instituto Politécnico da Guarda, o estágio curricular é a última etapa do percurso académico.

No presente relatório de estágio, estão descritas todas as atividades realizadas durante um período de três meses na AdRA – Águas da Região de Aveiro, S.A, nomeadamente na área de Comunicação e Educação Ambiental, em que a organização de eventos e a comunicação interna e externa da empresa se destacaram como enquadramentos funcionais.

Este documento é composto por dois capítulos, sendo que o primeiro está relacionado com a contextualização da empresa, enquanto o segundo capítulo é dedicado às atividades desenvolvidas durante o estágio.

Palavras-chave: Organização de Eventos, Comunicação Interna, Comunicação Externa, Educação Ambiental.

Índice Geral

Índice de Figuras	vi
Índice de Quadros	vi
Lista de Siglas.....	vii
Introdução	1
Capítulo I – Águas da Região de Aveiro	4
1.1. Contextualização	5
1.2. Águas da Região de Aveiro	7
1.3. Missão, Visão, Valores e Objetivos	8
1.4. Política de Gestão	10
1.5. Espaços e serviços	11
1.6. Ergonomia	13
1.7. Estrutura Organizacional	15
1.8. Comunicação Organizacional.....	17
1.8.1. Identidade Visual.....	18
1.8.1.1. Nome.....	18
1.8.1.2. Logótipo.....	20
1.8.1.3. Slogan	21
1.9. Comunicação Interna	22
1.10. Comunicação Externa	24
1.11. Análise SWOT.....	26
Capítulo II - Estágio	27
2.1. Plano de estágio	30
2.2. Cronograma de atividades	30
2.3. Atividade desenvolvidas.....	32
2.3.1. Atendimento telefónico.....	32

2.3.2. Análise da informação do <i>site</i> institucional	33
2.3.3. Visitas às lojas da AdRA	33
2.3.4. Elaboração de textos para boletim informativo interno	34
2.3.5. Redação de <i>press release</i>	35
2.3.6. Exposição “A importância da água em Aveiro”	35
2.3.7. Preparação de espaço e suporte visual para reunião	36
2.3.8. Desenvolvimento da atividade “Travessa da Água”	38
2.3.9. Reunião com fornecedores	40
2.3.10. Realização de <i>clipping</i>	41
2.3.11. Representação no evento “O Roteiro da Água”	42
2.3.12. Gestão de Redes Sociais.....	43
2.3.13. Atividades no laboratório da AdRA.....	45
2.3.14. Apoio administrativo.....	45
2.3.15. Inventário do <i>stock</i>	46
2.3.16. Atualização e organização de faturas e documentos.....	47
Reflexão Final	48
Bibliografia	50
Anexos	54

Índice de Figuras

Figura 1 - Sede da AdRA, em Cacia	5
Figura 2 - Área abrangida por cada empresa do Grupo Adp.....	6
Figura 3 - Municípios abrangidos pelos serviços da AdRA.....	8
Figura 4 - Municípios divididos por zonas.....	8
Figura 5 - Armazém.....	12
Figura 6 - Laboratório	13
Figura 7 - Gabinete da área de Comunicação e Educação Ambiental	15
Figura 8 - Organograma da AdRA	17
Figura 9 - Antigo logótipo da AdRA.....	20
Figura 10 - Logótipo da AdRA (azul e verde)	21
Figura 11 - Logótipo da AdRA (versão a preto)	21
Figura 12 - Logótipo da AdRA (versão a azul).....	21
Figura 13 - Exemplo de um e-mail sobre as novas entradas na entidade.....	23
Figura 14 - Exemplo de crachá de identificação	34
Figura 15 - Identificação dos quadros do concurso.....	36
Figura 16 – Sala de reunião	38
Figura 17 –Cartazes da atividade	40
Figura 18 - Panfletos sobre a atividade "O Roteiro da Água"	43

Índice de Quadros

Quadro 1 - Análise SWOT	28
Quadro 2 - Cronograma das atividades desenvolvidas	31

Lista de Siglas

AdRA – Águas da Região de Aveiro, S.A

AdP – Águas de Portugal

COC – Centro Operacional Centro

CON – Centro Operacional Norte

COS – Centro Operacional Sul

ETA – Estação de Tratamento de Águas

ETAR – Estação de Tratamento de Águas Residuais

FORTIS – Programa de Gestão Documental

OIT – Organização Internacional do Trabalho

SAP – Sistema de Aplicação de Produto

Introdução

O ensino superior tem um papel fundamental na vida do estudante. É ele que o ajuda a preparar-se para o que se avizinha, oferecendo instrumentos e auxiliando na construção de mecanismos para os próximos desafios profissionais. O ensino superior, como todas as outras fases do percurso académico, é crucial para a aquisição de novos conhecimentos e competências, para além de contribuir para a formação de um cidadão civilizado e consciente dos seus atos. Trata-se de um caminho sempre aberto, em que *é necessário, continuamente, buscar a melhoria do que já está indo bem. É muito importante continuar a ler, fazer cursos e aprender com quem já atingiu a excelência* (Ferraz, 2010: 182).

Uma componente prática, ou um estágio, como corolário de um curso superior representa um confronto com a realidade profissional, permitindo testar e avaliar capacidades e saberes, bem como a relação entre as aprendizagens efetuadas e as necessidades, políticas e procedimentos de uma determinada entidade de acolhimento. A sua relevância justifica-se, também, pelo facto de constituir quase sempre uma primeira experiência de integração no mundo do trabalho.

A realização de um estágio curricular com duração de três meses é importante para a conclusão da licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda. Os objetivos essenciais prendem-se com a *avaliação correta do trabalho desenvolvido na organização*, bem como *efetuar a ligação entre a prática e os conhecimentos adquiridos na ESECD-IPG e relacionar os objetivos, meios e ações das atividades desenvolvidas com os resultados obtidos.*¹

O meu estágio curricular decorreu na empresa Águas da Região de Aveiro, S.A., reconhecida pelo acrónimo AdRA, tendo sido iniciado a 13 de junho de 2016 e concluído a 13 de setembro de 2016. Trata-se de uma das oito empresas que fazem parte

¹ Regulamento de Estágio/Projeto da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, do Instituto Politécnico da Guarda.

do Grupo AdP - Águas de Portugal, que, em representação do Estado, detém 51% do capital social da AdRA.

A escolha desta organização sediada em Aveiro desde 2010, em detrimento de outras, esteve relacionada com o facto de ser aveirense e querer contribuir para o crescimento da entidade que me apoiou ao longo dos três anos em que fui aluna do IPG, através da concessão de uma bolsa de estudo.

Por outro lado, a dimensão da AdRA justificou igualmente a minha escolha, uma vez que, prestando serviços de abastecimento de água para consumo público e saneamento de águas residuais urbanas à população de dez concelhos de Aveiro, num total de 350.000 habitantes e numa área de 1.500 km², permitia antever a possibilidade de desenvolver trabalho e aprendizagens relevantes, colocar em práticas conhecimentos adquiridos, bem como obter outros importantes para a minha formação enquanto futura profissional no ramo de Comunicação e Relações Públicas.

Com efeito, exercer funções na área de Comunicação e Educação Ambiental, com tarefas no âmbito da comunicação interna e externa da empresa, permitiu-me mais do que atingir objetivos enquanto estagiária, uma vez que assumi responsabilidades e funções importantes que equipararam o meu desempenho ao papel de uma «verdadeira» colaboradora da AdRA.

Dividido em dois capítulos, este relatório pretende contextualizar e descrever o estágio realizado, numa perspetiva também crítica, devidamente fundamentada. Assim, no primeiro capítulo, apresenta a entidade de acolhimento, considerando não só aquilo que a identifica, como os seus objetivos, missão, visão e valores, mas igualmente os serviços que presta à população e os seus principais espaços, bem como a identidade visual e a estrutura orgânica da entidade, a comunicação interna e externa e alguns dos instrumentos usados para a sua concretização.

O segundo capítulo centra-se no estágio, englobando todas as atividades realizadas durante os três meses, cuja apresentação é precedida de uma breve referência ao plano de estágio (Anexo 1), autenticado pelo meu supervisor, e de um cronograma que permite compreender a distribuição das tarefas ao longo dos três meses.

A concluir o corpo do relatório, consta uma reflexão final sobre todo o trabalho desenvolvido e as aprendizagens efetuadas.

A metodologia utilizada para a elaboração do presente relatório baseou-se em pesquisas bibliográficas, que incluiu livros e trabalhos académicos, complementadas com os conhecimentos adquiridos nas aulas e com as experiências que vivenciei ao longo do meu percurso académico.

Capítulo I

Águas da Região de Aveiro



O enquadramento da AdRA – Águas da Região de Aveiro, S.A, nomeadamente em termos da sua missão, visão, valores e objetivos, constitui a finalidade deste primeiro capítulo. Os serviços que presta à comunidade, a sua estrutura orgânica, identidade visual e comunicação, interna e externa, serão igualmente aspetos aqui evidenciados.

1.1.Contextualização

Sediada no distrito de Aveiro, na freguesia de Cacia, a AdRA é uma empresa pública de abastecimento de água e de saneamento de águas residuais. Esta faz parte do Grupo AdP - Águas de Portugal e é relativamente recente, tendo iniciado atividade em 2010.

A sua origem esteve relacionada com um contrato de parceria pública entre a autarquia de Aveiro e o Estado, representado pelo Grupo AdP. A parceria realizada, para uma duração de cinquenta anos, abrange dez municípios do distrito de Aveiro. Durante o período de contrato, serão realizados investimentos de vários milhões de euros com o objetivo de substituir e melhorar as infraestruturas e os equipamentos, permitindo, assim, reduzir as perdas de água nas redes de saneamento e alcançar ganhos, quer a nível operacional, financeiro ou comercial.²



Figura 1- Sede da AdRA, em Cacia

Fonte: Foto tirada pela estagiária

² Baseado em: www.adra.pt (Consultado a 16/jul. de 2016).

A prestação de serviços a 80 % da população portuguesa evidencia a presença do Grupo AdP no Continente, em colaboração com as autarquias de cada município. A AdRA faz parte do conjunto de oito empresas que constituem o Grupo, oferecendo serviços às comunidades dos vários distritos que abrange, sendo elas:

- Águas do Norte;
- Águas da Região de Aveiro;
- Águas do Centro Litoral;
- Águas de Lisboa e do Vale do Tejo;
- EPAL – Empresa Portuguesa de Águas Livres;
- Águas de Santo André;
- Águas Públicas do Alentejo;
- Águas do Algarve.³

Na figura 2, pode-se observar as áreas abrangidas por cada uma das oito empresas pertencentes ao Grupo AdP.



Figura 2 - Área abrangida por cada empresa do Grupo Adp

Fonte: www.adp.pt

³ Baseado em: <http://www.adp.pt/pt/atividade/onde-estamos/?id=27&mnp=89#municip> (Consultado a 16/jul. de 2016).

Para além da sua presença em Portugal, o Grupo AdP tem desenvolvido projetos através de parcerias em vários países do continente africano, com o Brasil e Timor-Leste. Esta parceria permitiu que milhares de pessoas tivessem acesso à água para consumo e ao tratamento de águas residuais, contribuindo para o melhoramento do bem-estar e das condições de vida das sociedades, bem como para o desenvolvimento económico das mesmas.⁴

1.2. Águas da Região de Aveiro

Com sede na freguesia de Cacia, em Aveiro, a AdRA é composta por três edifícios que constituem a sede: o edifício central, um armazém e um laboratório. Para além das instalações, a AdRA conta com dez lojas, uma por município, que permitem ao cliente tratar dos assuntos que lhe respeitem na sua zona de residência.

A AdRA é um sistema *territorialmente integrado, criado pela agregação dos sistemas municipais de abastecimento de água para consumo público e de saneamento de águas residuais urbanas dos municípios envolvidos na parceria e nas infraestruturas e equipamentos a construir.*⁵

Como representante do Estado, o Grupo AdP detém 51% do capital social e os restantes 49%, divididos de forma diferenciada, pertencem aos dez municípios (Figura 3) que usufruem dos serviços prestados pela Empresa. Atualmente, na área abrangida pela AdRA, 1.500 km², residem cerca de 350.000 habitantes.

⁴ Baseado em: <http://www.adp.pt/pt/atividade/internacional/?id=30> (Consultado a 16/Jul de 2016).

⁵ Manual de Acolhimento fornecido pela AdRA.



Figura 3 - Municípios abrangidos pelos serviços da AdRA

Fonte: www.adra.pt

A área de atuação da AdRA é dividida em três zonas, designadas de Centro Operacional Norte (CON), Centro Operacional Centro (COC) e Centro Operacional Sul (COS). Esta divisão facilita o agendamento e a prestação de serviços, visto que os técnicos operacionais são organizados em grupos e divididos pelas três zonas. Observando a Figura 4, verifica-se os municípios que pertencem a cada Centro.

CON	Ovar, Estarreja e Murtosa
COC	Aveiro, Ílhavo e Vagos
COS	Sever do Vouga, Águeda, Albergaria-a-Velha e Oliveira do Bairro

Figura 4 - Municípios divididos por zonas

Fonte: Manual de Acolhimento da AdRA

1.3. Missão, Visão, Valores e Objetivos

A missão de uma empresa está relacionada com a razão da sua existência, pelo que deve definir qual o seu âmbito de atuação e a sua finalidade, servindo de orientação na

tomada de decisões. Segundo Gonçalves (2012: 7), *quando se define a missão de uma organização deve-se previamente efetuar uma análise da envolvente externa, uma segmentação do mercado que interessa à organização, deve-se igualmente compreender as necessidades dos clientes, de forma a definir o seu propósito.*

Como missão, a AdRA procura oferecer um serviço de abastecimento de água e de tratamento de águas residuais de excelência e sustentável, tendo em consideração a satisfação dos clientes e de outras partes interessadas.⁶

Por sua vez, como visão, a AdRA *está determinada quanto ao objetivo de consolidação como empresa de referência no setor, de reconhecida eficiência e fiabilidade do serviço prestado a preços socialmente aceites.*⁷ A visão é parte importante num planeamento eficaz da empresa, devendo definir o que a entidade quer atingir e orientar as ações para alcançar os seus objetivos. Acima de tudo, deve ser clara e transparente e nunca transmitir dúvida ou incerteza (Siqueira, 2005).

Utilizar os recursos naturais de forma sustentável, preservar a água, melhorar e equilibrar a qualidade ambiental constituem os valores da Empresa, que pretende proporcionar o acesso da população aos serviços básicos de forma proporcional, contribuindo assim para o melhoramento do seu bem-estar.

Em relação aos objetivos, a AdRA foca a sua atividade na proteção da saúde pública e em melhorar a qualidade de vida da comunidade. Além disso, o desenvolvimento e a progressão da Região, assim como o ordenamento do território, podem ser trabalhados e otimizados quando se *tem por objetivo garantir a qualidade, a continuidade e a eficiência dos serviços públicos de abastecimento de água e de saneamento de águas residuais.*⁸

Em suma, a cultura organizacional, que é constituída por um conjunto de hábitos e costumes que derivam da missão, das normas, dos objetivos e dos valores partilhados pelos membros da Empresa, contribui para a imagem positiva da AdRA.

⁶ Baseado no Manual de Acolhimento fornecido pela AdRA.

⁷ Site www.adra.pt (Acedido a 12/set de 2016).

⁸ Site www.adra.pt (Acedido a 13/set de 2016).

1.4. Política de Gestão

O compromisso de uma postura Ética e Sustentabilidade Empresarial, aliado à missão e visão da Empresa, contribui para o reconhecimento da AdRA como uma Entidade de referência no que diz respeito à gestão do abastecimento de água para consumo próprio e do saneamento de águas residuais.

A responsabilidade social permitiu adquirir comportamentos e ações que melhorassem o bem-estar dos vários tipos de público da Empresa. *As Relações públicas têm um papel importante nesse contexto. Só assim estarão cumprindo sua função social, ao lado de outras funções estratégicas* (Kunsch *apud* Charoux, 2007: 41).

A responsabilidade social não deve ser vista como uma obrigação imposta pelo Estado ou por qualquer outro órgão máximo, mas, sim, como um ato voluntário que contribui para a melhoria da qualidade de vida das comunidades.

Segundo Beirão *et al* (2008: 27), *passámos a fase em que as empresas doavam bens ou dinheiro a entidades carenciadas; hoje estamos um passo à frente, avançamos para o incentivo ao desenvolvimento das comunidades envolventes.*

Assim, com a finalidade de corresponder às necessidades dos seus públicos e, conseqüentemente, aumentar a sua satisfação, a AdRA cumpre com os requisitos de normas e de legislação que permite de forma sustentável e consciente assumir os seguintes compromissos, não só relativamente aos seus clientes, mas igualmente a colaboradores, comunidade envolvente e restantes partes interessadas: *antecipar, avaliar e promover de uma forma contínua a satisfação das necessidades e expetativas dos seus públicos.*⁹

O cumprimento de tais requisitos sustenta-se num conjunto de oito princípios adotados pela AdRA como orientação estratégica:

- *Satisfação do cliente;*
- *Motivação e alinhamento dos Colaboradores;*

⁹ Manual de Acolhimento fornecido pela AdRA.

- *Desenvolvimento de uma cultura de rigor e melhoria contínua;*
- *Produção e fornecimento de um produto seguro;*
- *Comunicação externa;*
- *Conceção, aquisição e utilização de tecnologias limpas, produtos e serviços energeticamente eficientes;*
- *Cumprimento dos requisitos legais e estatutários aplicáveis ao produto, ambiente, uso e consumo de energia;*
- *Disponibilidade de informação e recursos necessários à persecução dos objetivos e metas de gestão.*¹⁰

Os princípios referidos anteriormente e os compromissos que a AdRA pretende assumir constituem a sua Política de Gestão, que, em termos de responsabilidade ambiental e social, lhe permite prevenir riscos, quer para a segurança quer para a saúde dos que a rodeiam, e evidencia a sua preocupação e atenção com/aos seus públicos, motivando-os e promovendo a satisfação dos mesmos.

1.5. Espaços e serviços

Como referido anteriormente, fisicamente, a AdRA é composta por três edifícios, o edifício principal, o armazém e o laboratório, dispondo ainda de dez lojas, uma por cada município.

O edifício principal da AdRA foi construído tendo em consideração a sua estrutura orgânica. O Departamento de Direção de Clientes (atendimento e assistência a clientes, faturação e cobranças) e o Departamento de Direção Administrativa e Financeira (contabilidade e tesouraria, recursos humanos e logística) estão no primeiro piso da empresa. No segundo, está o Conselho de Administração, que engloba vários departamentos, tais como, o Secretariado da Administração; Apoio Jurídico/Secretário da Sociedade; Comunicação e Educação Ambiental; Sistemas e Tecnologias de

¹⁰ Manual de Acolhimento fornecido pela AdRA.

Informação; Planeamento e Controlo de Gestão e Sistema de Responsabilidade Empresarial.

No armazém (Figura 5), estão guardados os materiais em *stock*. O Departamento de Direção de Engenharia (estudos e planeamento; obras e controlo de investimentos) funciona neste edifício, assim como a parte operacional e a gestão dos colaboradores que trabalham no terreno.



Figura 5 - Armazém

Fonte: Foto captada pela estagiária

Por último, o laboratório (Figura 6) tem um papel bastante importante, visto que, três vezes por semana, os analistas recolhem amostras de água, procedendo em seguida à sua análise. Desta forma, é possível verificar se a água respeita todos os parâmetros que permitam que possa ser consumida pelos clientes. Outras análises que são realizadas semanalmente permitem prevenir e evitar algumas fontes de contaminação que possam surgir, potenciais causadoras de problemas que ponham em causa a saúde e o bem-estar da população.



Figura 6 - Laboratório

Fonte: Foto captada pela estagiária

Ao serviço de todos os colaboradores, no edifício principal, existem um bar e uma zona de refeições, equipada com eletrodomésticos (frigorífico e micro-ondas), utensílios de cozinha e bancada para preparação dos alimentos.

1.6.Ergonomia

A Organização Internacional do Trabalho (OIT), criada em 1919, tem como finalidade garantir um trabalho justo e produtivo para o funcionário, em conformidade com a *Agenda do Trabalho Digno Para Todos*, que preconiza *o acesso dos homens e mulheres a um trabalho produtivo em condições de liberdade, de equidade, de proteção e de dignidade humana.*¹¹

¹¹ Citação retirada do site

http://www.ilo.org/public/portugue/region/eurpro/lisbon/html/portugal_eixos_pt.htm (Consultado a 21/jul de 2016).

A origem do conceito ergonomia deriva da palavra grega *érgon*, que significa trabalho, em junção com a palavra *nómos*, relacionada com costume ou lei.¹² A OIT define ergonomia *como a aplicação biológicas conjuntamente com as ciências da engenharia para conseguir o ótimo ajustamento do ser humano ao seu trabalho, e assegurar, simultaneamente, eficiência e bem-estar* (Organização Internacional do Trabalho por Pinto, 2009: 27).

Por outras palavras, a ergonomia é a ciência responsável pelo estudo e criação de condições e equipamentos adaptados ao bem-estar físico e psicológico dos colaboradores da empresa, nomeadamente, a climatização, o arejamento do local de trabalho, a adaptação do mobiliário ao bem-estar físico dos funcionários, higiene e segurança e a sinalização das saídas em situações de emergência, entre outros.

A AdRA proporciona aos seus colaboradores um ambiente e instalações favoráveis, equipadas com tecnologia adequada para as funções de cada Departamento. Especificamente, a sede da Empresa é caracterizada pela grande quantidade de luz natural que invade os gabinetes (Figura 7), o que contribui para a diminuição do cansaço do colaborador. A vista para a rua e as grandes janelas do edifício principal, tornam o trabalho menos saturante e depressivo.

Para além de respeitarem todas as normas de higiene e segurança, as instalações da AdRA têm acessos para pessoas com mobilidade reduzida e a sua localização, junto à nacional 109, facilita a chegada e a saída dos colaboradores ao/do seu local de trabalho.

¹² Adaptado do site: <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/ergonomia> (Consultado a 21/jul de 2016).



Figura 7 - Gabinete da área de Comunicação e Educação Ambiental

Fonte: Foto captada pela estagiária

Para os colaboradores que necessitem de algum veículo de transporte para a realização das suas tarefas, a AdRA tem uma frota de carros e carrinhas para utilização interna durante o período de trabalho. Para os técnicos operacionais, estão disponíveis vários equipamentos, tais como vestuário apropriado para as várias situações (botas, roupa impermeável, entre outros), capacetes, lanternas e material de segurança, em conformidade com o trabalho a realizar.

Em todas as instalações, incluindo nas lojas, existe ar condicionado, sendo que o mobiliário (cadeira, bancos, secretárias) tem em consideração o bem-estar do colaborador e do cliente. Pretende-se, essencialmente, que o funcionário seja produtivo e que o cliente se sinta confortável.

1.7. Estrutura Organizacional

O vocábulo organização teve origem na palavra em latim *organu* e da génese grega da palavra órgão (*organón*). Na perspetiva de Alcoforado (1997: 21), *a estrutura organizacional, que estabelece as relações internas de autoridade, responsabilidade e controle dentro da empresa, é determinada no sentido de coordenar as atividades da*

organização em escala mundial na consecução dos objetivos e metas estabelecidas. Segundo Meireles (2001), a organização é como uma máquina, constituída por várias peças em que cada uma tem uma função bem definida. Só assim é possível, que o todo funcione como se de uma única peça se tratasse.

O organograma tem como função representar os níveis hierárquicos de uma empresa ou instituição, a distribuição de setores, cargos ou, mesmo, a comunicação entre eles. A utilização deste tipo de ferramenta surgiu com a revolução industrial, sendo que os seus benefícios estão relacionados com a facilidade em conhecer melhor as organizações, bem como o funcionar das suas relações internas e a sua estrutura (Afonso, 2014).

Os colaboradores da AdRA desempenham diferentes funções, enquadradas no Conselho de Administração e em quatro departamentos (Figura 8):

- **Conselho de Administração:** engloba o secretariado da administração, apoio jurídico/secretário da sociedade, comunicação e educação ambiental, sistemas e tecnologias de informação, planeamento e controlo de gestão e sistema de responsabilidade empresarial;
- **Direção de Clientes:** inclui o atendimento e assistência a clientes, bem como faturação e cobranças;
- **Direção Administrativa e Financeira:** incorpora o controlo de investimentos, obras, assim como os estudos e planeamento;
- **Direção de Operação e Manutenção:** abrange o laboratório de processo, a manutenção e os três centros operacionais – norte, centro e sul.



Figura 8 - Organograma da AdRA

Fonte: www.adra.pt

1.8. Comunicação Organizacional

Na perspetiva de Castro (2007), a comunicação é uma forma de interagir entre dois ou mais indivíduos, sendo que a troca de ideias e de informações é resultado dessa interação. Nem sempre a comunicação se processa com a mesma intensidade, sendo que as capacidades que cada indivíduo possui são determinantes para que a permuta e o processar dessa informação ocorra.

A Comunicação Organizacional acontece no contexto das organizações, a nível interno e externo, podendo denominar-se de comunicação empresarial quando respeitante a empresas ou comunicação institucional se pertencente a instituições. O tipo de comunicação realizada no âmbito das empresas tem como objetivo principal gerar lucros, independentemente de se tratar de uma empresa pública ou privada. Por sua vez, a comunicação institucional, que ocorre no contexto das instituições, insere-se fundamentalmente na prestação de um serviço de excelência e de qualidade ao seu público (Lampreia, 1998).

1.8.1. Identidade Visual

Nem sempre é dada a devida importância à identidade visual de uma organização. Porém, esta tem grande influência no seu reconhecimento e no seu sucesso. A identidade visual é composta por três elementos básicos, sendo eles o nome, o logótipo e o *slogan*, considerados *o conjunto de elementos gráficos que representam visualmente, e de forma sistematizada, um nome, uma ideia, um produto, uma empresa ou um serviço* (Beirão *et al.*, 2008: 64).

Na construção da identidade visual da organização, a estratégia adotada relativamente ao seu público interno e externo é tida em consideração. Desta forma, a personalidade da organização exprime-se através dos elementos gráficos que constituem a sua identidade visual, mas também dos restantes elementos que constituem a organização, como a cultura e os seus objetivos. A identidade e a imagem não podem ser colocadas de parte, uma vez que a negligência e o desleixo relativamente às mesmas podem por em causa o futuro da organização (Caetano e Rasquilha, 2007).

A AdRA possui um manual gráfico que está disponível para todos os colaboradores na intranet. Também acessíveis aos funcionários, encontram-se na mesma página o tipo de letra utilizado em todos os documentos da empresa (Gill Sans MT), o logótipo apresentado em três variantes cromáticas (azul e verde, a preto ou a azul) e os fundos de PowerPoint para suportes visuais.

1.8.1.1. Nome

O posicionamento de uma organização no mercado é fundamental para a sua afirmação, sendo que *os produtos ou marcas ocupam geralmente posições na mente do consumidor e que, deste modo, a cada um corresponde uma imagem (posição) distinta, que permite a sua diferenciação* (Vilar, 2006: 92). Segundo Waltrick (2015), existem estratégias para escolher o nome mais indicado, assim como aspetos que ajudam na construção da mensagem, tendo em conta valores e objetivos que a organização quer transmitir a quem a rodeia.

Para a escolha de um nome, é essencial que seja fácil de memorizar e de escrever. Optar por um nome complexo e que “não fique no ouvido” do público para o qual a organização se dirige pode dificultar o seu posicionamento, bem como a obtenção de lucros. A função do nome é identificar e diferenciar a organização da concorrência.

Segundo Lampreia (1998), existem sete categorias de nomes:

- **Nome individual:** associado ao fundador da empresa, a que se pode juntar o nome de outras pessoas, como herdeiros ou sucessores do cargo;
- **Associação de nomes:** resulta da ligação entre os nomes de quem compõe a sociedade inicialmente constituída;
- **Nome descritivo:** de que se depreende, imediatamente, qual a atividade da empresa;
- **Nome abreviado:** quando se utiliza apenas parte do nome da empresa, para facilitar a memorização;
- **Nome por iniciais:** indicado para quando se trata de uma marca internacional, usando as iniciais das palavras que compõem o seu nome (siglas ou acrónimos);
- **Nome fabricado:** corresponde a um nome inventado, porém atrativo;
- **Nome por analogia:** deriva de uma relação semântica entre um qualquer objeto, animal ou outro elemento e o conceito corporativo ou de produtos/serviços.

O nome da organização pode sofrer alterações durante o seu tempo de vida, comportando, porém, uma decisão de grande responsabilidade e bastante dispendiosa (Lampreia, 1998).

A empresa onde realizei o meu estágio curricular é designada como Águas da Região de Aveiro, S.A, sendo que na maioria das vezes é conhecida pelo seu acrónimo AdRA. Desde o início da sua atividade, em 2010, que o nome não sofreu qualquer alteração. Conclui-se que a Empresa optou por um nome descritivo, visto que expressa a atividade desempenhada pela mesma, recorrendo também, dada a sua extensão, ao uso de nome abreviado (acrónimo).

1.8.1.2. Logótipo

A palavra logótipo deriva da junção do termo grego *logos* (conceito) a *typos* (grafia). Portanto, o logótipo, também abreviadamente designado por logo, corresponde a um discurso visual ou representação gráfica que permite a identificação de uma marca, produto ou organização.

Este elemento visual *é a imagem que sustenta a empresa e que aparece mesmo antes de um produto ser vendido ou de um serviço ser prestado* (Beirão et al., 2008: 68). Quanto mais simples for o logótipo, mais comunicativo e fácil de associar se torna. Ao longo do ciclo de vida da organização, produto ou marca, o logo pode evoluir, porém as alterações não devem ser bruscas, visto que podem por em causa a perceção do público (Lindon, et al., 2011).

Há cerca de um ano, a AdRA modificou o seu logótipo. Inicialmente, o logo continha dois barcos moliceiros (Figura 9), característicos da região de Aveiro, que foram eliminados durante o processo de alteração do mesmo. O logótipo atual, representado na Figura 10, mantém o símbolo e a cromática associada às águas e ao mar, remetendo ainda as cores para ecologia (verde) e higiene ou limpeza (azul).



Figura 9 - Antigo logótipo da AdRA

Fonte: Cedido da AdRA



Figura 10 - Logótipo da AdRA (azul e verde)

Fonte: Cedido pela AdRA

O logótipo da Empresa é também usado em versões monocromáticas, totalmente a preto (Figura 11) ou a azul (Figura 12).



Figura 11 - Logótipo da AdRA (versão a preto)

Fonte: Cedido pela AdRA



Figura 12 - Logótipo da AdRA (versão a azul)

Fonte: Cedido pela AdRA

1.8.1.3. Slogan

O conceito de *slogan* deriva da palavra originária do gaélico *sluagh-ghairmi*. Este termo era usado como um grito de guerra, encorajando os soldados a lutar e a vencer os seus inimigos. Tendo adquirido importância na comunicação empresarial, reforça sobretudo a mensagem transmitida pelo logótipo.

O *slogan* deve corresponder a *uma frase curta, clara, concisa e de fácil memorização que permite uma relação rápida com o produto ou com a empresa* (Beirão *et al.*, 2008: 64). Tanto o *slogan* como o logótipo não devem ser desvalorizados, porque são elementos fundamentais da identidade da organização e, logo, na construção da sua imagem pública.

A AdRA tem como *slogan* “O sucesso não é obra do acaso, é sempre resultado de um trabalho inteligente”, que, juntamente com o logótipo, pretende reforçar a mensagem corporativa relativamente aos valores e objetivos da empresa: prestar um serviço de excelência e de qualidade aos seus clientes, todos os dias.

1.9. Comunicação Interna

Pode definir-se “Público” como *qualquer grupo que tem interesse ou impacto real ou potencial sobre as condições da empresa atingir os seus objetivos* (Kotler citado por Fortes, 2002: 70). Compreende-se desta afirmação que existem interesses e grupos distintos, pelo que deve ser dado a cada um deles informação personalizada e essencial para a criação da imagem que irá conquistar e fidelizar os públicos

Numa empresa, a comunicação interna é tão importante como a comunicação externa. Porém, nem sempre é valorizada. Criar um sentido de pertença e de “amor à camisola” é uma mais-valia, visto que o colaborador funciona como veículo de informação, tendo capacidade para influenciar o público externo.

Desta forma, a comunicação interna desenvolve-se dentro das organizações e o seu objetivo é obter e consolidar a harmonia, esclarecimento, informação e reciprocidade entre todos os indivíduos que aí trabalham. Na perspetiva de García (1999), devem ser os profissionais de comunicação a gerir a comunicação interna de uma empresa.

A AdRA disponibiliza a todos os novos colaboradores um Manual de Acolhimento, facilitando a sua integração na “família” AdRA. Este Manual contém informações sobre a Entidade, apresentando a sua visão, missão, valores e objetivos.

Na sessão de acolhimento do novo colaborador, a explicação sobre os serviços que presta é seguida por uma apresentação das normas de segurança e ergonomia, promovendo a adoção de atitudes e comportamentos que contribuam para a saúde e o bem-estar do recém-chegado e dos restantes funcionários. De seguida, são dados a conhecer ao novo funcionário os vários Departamentos e os seus colegas de trabalho.

Sempre que se verifica a entrada de um novo membro, todos os restantes colaboradores recebem no seu correio eletrónico um *e-mail* (Figura 13) sobre o mesmo - quem é e qual o cargo que vai desempenhar são algumas das informações fornecidas. Integra ainda esse *e-mail* uma fotografia do novo colaborador e um pedido de ajuda por parte de todos no seu acolhimento.



Figura 13 - Exemplo de um e-mail sobre as novas entradas na entidade

Fonte: Correio eletrónico da AdRA

Durante o ano, são realizados vários eventos e implementadas outras ações direcionadas para o público interno (direção, quadros intermédios, acionistas e os colaboradores), visando melhorar os relacionamentos, motivar e/ou formar e orientar para melhores desempenhos:

- Espírito AdRA (realizado para incrementar o sentido de pertença);

- Festa e Jantar de Natal;
- Eventos solidários (por exemplo, ajudar o Banco Alimentar na recolha e separação dos bens alimentares);
- Ações de formação (várias formações direcionadas para os diferentes tipos de funções que são desempenhadas);
- Reuniões diárias (focadas no *Kaisen Diário*. Este projeto surgiu há um ano e visa melhorar a capacidade produtiva e bem-estar dos funcionários. As reuniões são bastante breves e têm a função de informar quais as tarefas a preparar para o próximo dia e o que ficou por fazer no dia anterior);
- Dia de folga no aniversário do colaborador;
- No primeiro dia de escola dos filhos dos funcionários que frequentem o 1.º ciclo, estes podem optar por apenas vir trabalhar à tarde;
- Bolsas de estudo para os filhos dos colaboradores que frequentem o ensino superior ou o ensino especial;
- Apoio aos colaboradores que tenham sido pais com um *kit* de produtos para bebés e com um cheque-prenda.

1.10. Comunicação Externa

Por sua vez, a comunicação externa está relacionada com a comunicação que se desenvolve para fora da empresa e, igualmente, de fora para dentro da mesma. Esta tem como finalidade consolidar um clima de reciprocidade entre todos os públicos externos, em que se integra a comunidade e outras partes interessadas, ou seja, é *composta por todos os elementos que convivem na área da empresa* (Lampreia, 1996: 99).

Na relação estabelecida entre a entidade e o público externo, existem três princípios que não devem ser subestimados para que a comunicação externa atinja os seus objetivos: princípio da comunicação (permite dar a conhecer ao público todas as atividades desenvolvidas pela entidade), princípio da vizinhança (a empresa deve-se comportar como um “bom vizinho” e estabelecer com o público uma relação de proximidade) e

princípio da cidadania (a instituição deve ser tratada como um cidadão, sendo que se deve reger por um conjunto de direitos e deveres) (Caetano e Rasquilha, 2004).

Desde que a AdRA iniciou a sua atividade, os conflitos com os clientes tornaram-se mais evidentes, mormente porque os preços da água e do saneamento subiram, relativamente aos praticados pela entidade antes responsável pelo seu abastecimento à comunidade aveirense.

Sem outra alternativa, os habitantes dos concelhos abrangidos começaram a protestar junto à sede da Empresa, em Cacia. Os três primeiros anos da AdRA foram, por isso, complicados, visto que a sua imagem começou a ser prejudicada. Daí que, ao longo dos seus seis anos de existência, a Empresa tenha vindo a realizar eventos para estabelecer e reforçar a ligação com a comunidade envolvida, “limpando” a imagem outrora “manchada” pelos sucessivos protestos.

Para o mesmo objetivo, a AdRA utiliza meios e suportes de comunicação externa cuja função está relacionada com a divulgação de informações sobre os eventos ou ações que realiza, tais como:

- *Site* da empresa: www.adra.pt
- Imprensa: Jornal de Notícias, Diário de Aveiro, Público, Terras do Vouga, Jornal da Bairrada, O Concelho da Murtosa, Soberania do Povo, Beira Vouga, Jornal de Estarreja e Jornal o Ponto.
- *Flyers* informativos e promocionais;
- Cartazes (colocados em vários pontos da cidade de Aveiro e no local dos eventos).

O *site* institucional e a imprensa, para além de divulgarem e promoverem os eventos, são também utilizados para informar os clientes sobre interrupções nos abastecimentos de água que possam ocorrer.

Os *flyers* não só são usados para eventos, mas também para explicar e dar a conhecer novos tipos de contratos, a entidade ou para ajudar a compreender a fatura - um *flyer*

com esta finalidade foi recentemente criado, visto que grande parte dos clientes da AdRA tinha dificuldade em perceber a faturação.

Este ano foram realizados alguns eventos/ações para o público externo, nomeadamente:

- Ações de educação ambiental nas escolas e campos de férias (a comunicação ambiental procura sensibilizar os mais novos para a poupança de água em detrimento do seu desperdício);
- Roteiro da Água (visitas à ETA do Carvoeiro e à ETAR de Cacia);
- Concurso “Importância da água em Aveiro”;
- A opinião dos *Stakeholders* (no *site* da AdRA, está disponível um questionário sobre o desenvolvimento sustentável, em que os líderes de opinião podem participar).

A AdRA quer apostar em eventos que envolvam toda a comunidade e que abranjam os diferentes grupos etários. Porém, tem noção que trabalhar esta relação demora algum tempo, até que toda a comunidade esteja de livre vontade a cooperar e a envolver-se em projetos com a Empresa.

1.11. Análise SWOT

A análise SWOT é utilizada pelas empresas para identificar aquilo que é realmente importante para o seu crescimento, como os pontos fortes e as oportunidades, e o que pode por em causa a sua existência, como os pontos fracos e ameaças. Esta é usada como ferramenta imprescindível numa análise de mercado.

O conceito SWOT é uma sigla oriunda do idioma inglês, correspondendo a: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) (Daychoum, 2010: 7).

Quer os pontos fortes quer os pontos fracos correspondem aos fatores internos, que podem ser controlados pela organização. O mesmo não acontece com os fatores externos, ou seja, com as oportunidades e as ameaças.

O Quadro 1 representa a análise SWOT referente à AdRA, em que, para além dos fatores internos e externos apresentados, surgem sugestões ou diretrizes que ajudam a *comparar as capacidades e os recursos internos de uma organização com ameaças e as oportunidades inerentes aos meio envolvente ou à concorrência* (Simões *et al.*, 2009: 37).

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa recente e pertencente ao Grupo Águas de Portugal; • Boas instalações e de fácil acesso; • Colaboradores dinâmicos e qualificados; • Trabalho em equipa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relação com os clientes é frágil; • Imagem da empresa prejudicada; • Orçamento limitado, que põe em causa a contratação de novos membros, o melhoramento de algumas infraestruturas e o investimento em mais ações e eventos para o público.
Oportunidades	Sugestões	Sugestões
<ul style="list-style-type: none"> • Não existe concorrência; • Empresa bem localizada (na periferia da cidade, mas perto de todos os acessos para o distrito de Aveiro); • Apoio de fundos comunitários. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conhecer o trabalho desenvolvido pela AdRA e por todos aqueles que lá trabalham; • Investir na renovação e melhoramento das redes de abastecimento de água e de saneamento; • Aumentar escala de produtividade, obtendo ganhos a todos os níveis, quer sejam financeiros, operacionais ou comerciais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorar a relação com os clientes mediante uma comunicação de proximidade, tornando-os “membros da família” AdRA; • Melhorar a imagem da Empresa, disponibilizando informação e recursos ao público.
Ameaças	Sugestões	Sugestões
<ul style="list-style-type: none"> • Situação económica do País; • Reduzida capacidade económica da comunidade, devido a baixos rendimentos; • Exigências ambientais (controlo da água e de tudo o que esteja direta ou indiretamente associado a esta); • Falta de consciência ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apostar em ações e projetos que permitam a aproximação da entidade e do cliente; • Criar “programas especiais” para a população carenciada; • Disponibilizar informação e alertar para a importância de respeitar os bens naturais e essenciais à vida do Homem. 	<ul style="list-style-type: none"> • Procurar mais apoio financeiro junto da entidade principal, para trabalhar os «elos» com o cliente; • Diminuir o défice de recursos humanos, para que se consiga responder de forma imediata aos problemas; • Apresentar com clareza os resultados do controlo da água e respeitar as exigências ambientais.

Quadro 1 - Análise SWOT

Fonte: Elaborado pela estagiária

Após a observação da análise SWOT referente à AdRA, conclui-se que esta apresenta aspetos positivos e oportunidades que poderá aproveitar estrategicamente para reforçar o seu posicionamento e as relações positivas com os seus públicos, sobretudo os clientes.

Dos pontos fortes, salienta-se a vasta equipa qualificada e dinâmica, assim como o facto de a AdRA pertencer ao Grupo Águas de Portugal, que é uma das maiores empresas em Portugal e com presença no estrangeiro.

A não existência de concorrência permite à Empresa prestar um serviço único aos seus clientes. O trabalho de equipa é fundamental para que os serviços prestados sejam de excelência e vão ao encontro das necessidades do público.

O apoio de fundos comunitários permitiu que várias famílias tivessem acesso a água potável e ao saneamento, através da construção de redes de abastecimento e de esgotos. Contudo, é necessário continuar a melhorar e a investir neste tipo de redes.

Como muitas outras empresas, também relativamente à AdRA a crise económica e os baixos rendimentos da população constituem uma ameaça relevante. Se, por um lado, impedem a contratação de mais recursos humanos, por outro, várias famílias têm dificuldades em fazer face às despesas com a água, o que, por vezes, leva a que haja cortes de abastecimento de água e de saneamento.

A falta de consciência ambiental justifica que a Empresa procure diminuir esse desconhecimento por parte da população, porém trata-se de um processo longo e que necessita de investimento, em termos financeiros e de tempo.

Capítulo II

Estágio



Neste segundo capítulo, estão descritas todas as atividades realizadas durante o estágio curricular, cujo objetivo fundamental se centrou na aplicação de conhecimentos adquiridos durante a licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, bem como na aquisição de competências de natureza mais prática.

2.1. Plano de estágio

No dia 13 de junho de 2016, comecei o meu estágio curricular, exercendo funções como estagiária na área de Comunicação e Educação Ambiental da AdRA.

Durante a entrevista para o estágio, que ocorreu três meses antes de dar início ao mesmo, o plano de estágio foi definido em colaboração com o meu supervisor, sendo que a organização de eventos, aquisição e desenvolvimento de competências na área de comunicação, organização de eventos e elaboração de notas à imprensa foram desde logo previstas como atividades a desenvolver.

O plano de estágio correspondeu ao trabalho desenvolvido durante os três meses de integração na AdRA. Porém, também elaborei um *press release* à imprensa (apenas foi possível o desenvolvimento de um exemplar, uma vez que durante o período de estágio foram poucas as atividades e ações realizadas). Além deste, o *clipping* diário da imprensa local, regional e nacional, bem como reuniões com fornecedores foram outras das atividades que desenvolvi.

2.2. Cronograma de atividades

Considerado um instrumento de grande importância na gestão de tarefas, o cronograma apresenta a data planeada para o início e a data esperada para a conclusão de cada entrega/atividade (Xavier, *et al*, 2014: 78).

Ao apresentar as tarefas esquematizadas, torna a leitura mais fácil e permite perceber se as tarefas ou atividades estão a ser, ou foram, executadas dentro da data limite e se há a necessidade de alterações.

O Quadro 2 corresponde ao cronograma das atividades que desenvolvi durante os três meses de estágio. Após a sua análise, conclui-se que nem todas as tarefas foram executadas de forma contínua, visto que algumas constituíram ações pontuais.

O planeamento das atividades era feito conforme a prioridade que tinham e o tempo disponível, já há apenas um colaborador da AdRA responsável por esta área.

Tarefas \ Meses	Junho			Julho				Agosto				Setembro	
	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª
Atendimento telefónico													
Análise da informação do site institucional													
Visita às lojas da AdRA													
Elaboração de textos para boletim informativo interno													
Redação de <i>press release</i>													
Exposição "A importância da água em Aveiro"													
Preparação do espaço e do suporte visual para reunião													
Desenvolvimento da atividade "Travessa da Água"													
Reunião com fornecedores													
Realização de <i>clipping</i>													
Representação no evento "O Roteiro da Água"													
Gestão de Redes Sociais													
Atividades no laboratório da AdRA													
Apoio administrativo													
Inventário do <i>stock</i>													
Atualização e organização de faturas e documentos													

Quadro 2 - Cronograma das atividades desenvolvidas

Fonte: Elaborado pela estagiária

2.3. Atividade desenvolvidas

Em seguida, procuro descrever pormenorizadamente as atividades que desenvolvi no estágio, mediante as quais pude colocar à prova as minhas capacidades, mas também os meus receios, mantendo-me sempre focada, com o máximo empenho e determinação, no objetivo de superar todos os desafios que me eram propostos.

2.3.1. Atendimento telefónico

No meu primeiro dia de estágio, estive no gabinete do atendimento telefónico. Nesse contexto, ouvi atentamente as conversas entre os clientes e as telefonistas, a fim de perceber a importância de uma boa comunicação neste tipo de processos.

Estabelecer uma relação de proximidade com o cliente é um dos objetivos desta função de *front-office*, assim como tentar responder e resolver os seus problemas de uma forma rápida e eficaz. Desta forma, um bom atendimento telefónico faz com que o cliente crie *uma imagem mental de como deve ser a empresa e a qualidade dos seus serviços (...)* *Essa imagem mental tem o poder de estimular ou obstruir o sucesso da empresa* (Marques, 2006: 100).

Os elos de ligação criados através do atendimento telefónico tornam cada cliente um membro da família AdRA. Para além de estar atenta às conversas, tirava algumas anotações de pequenos aspetos importantes para um bom atendimento, como, por exemplo, os relativos a expressões de saudação e o tratar o cliente pelo seu nome.

Inicialmente, a principal dificuldade que senti esteve relacionada com a pouca informação que possuía para entender como tudo se processava dentro da Entidade. Ao longo do estágio, fui adquirindo conhecimento e percebendo que cada Departamento tem diferentes formas de gerir as suas funções. O facto de saber a quem tinha que me dirigir, sempre que precisava de esclarecer uma dúvida, tornou-se crucial durante o estágio. A colaboração dos colegas facilitou muito a minha adaptação, na medida em que estavam sempre predispostos a ajudar-me e a explicar-me como as atividades e funções eram desenvolvidas.

2.3.2. Análise da informação do *site* institucional

A segunda e a terceira semanas do mês de junho foram dedicadas à recolha e análise de toda informação contida no *site* da Empresa (www.adra.pt). Para além de verificar se existiam erros ortográficos, as hiperligações e *links*, assim como a legibilidade das imagens, foram outros aspetos em que me foquei. À medida que ia fazendo o levantamento da informação, registava todas as observações em documento *Word*, colocando igualmente anotações para a realização de possíveis melhorias.

Também os formulários, quer os relacionados com novos contratos, quer os de faturação ou associados a projetos, foram por mim analisados, tendo ainda verificado, junto dos responsáveis pelos mesmos, se a documentação exigida em alguns deles necessitava de alterações. É muito importante que *as informações disponíveis no site sobre a empresa estejam atualizadas, assegurando informações consistentes* (Valentim, 2010: 335), pelo que o trabalho desenvolvido neste âmbito foi devidamente valorizado pelo supervisor do meu estágio e demais técnicos envolvidos.

Posteriormente, o responsável pelo meu estágio ensinou-me a fazer as alterações no *site* da Empresa, salientando que esta atividade teria de ser realizada com precaução, devendo pedir esclarecimento sempre que tivesse qualquer dúvida. Era essencial o máximo cuidado relativamente a todos os conteúdos que escrevesse ou publicasse, dada a visibilidade e provável impacto dos mesmos.

2.3.3. Visitas às lojas da AdRA

Durante os três meses do estágio, realizei visitas pontuais às lojas da AdRA, em que levei material em falta, como capas para colocar informação dos novos contratos realizados, material de escrita e alguns panfletos para os clientes.

Além disso, estas visitas permitiram receber *feedback* dos colaboradores, sendo que, para isso, é sempre necessário que se estabeleça *uma relação de confiança para que o feedback seja respeitado e valorizado por quem o está recebendo* (Zaharov, 2010: 61).

Em alguns casos, os funcionários fizeram sugestões para melhorar o seu local de trabalho, como alteração do espaço, visto que algumas lojas são muito pequenas. Identificar elementos em que o logótipo necessitava de ser alterado era outra das minhas funções (Figura 14).



Figura 14 - Exemplo de crachá de identificação

Fonte: Foto captada pela estagiária

Na última semana de agosto e na primeira de setembro, as visitas às lojas realizaram-se com o objetivo de observar qual o espaço disponível para a colocação de um quadro sobre o projeto *Kaisen Diário*, que visa melhorar a produtividade do colaborador.

2.3.4. Elaboração de textos para boletim informativo interno

Na segunda e na quarta semana de junho, assim como na primeira semana de julho, uma das minhas funções consistiu em escrever textos para o boletim informativo interno da AdRA (Anexo 2 ao 9). Estes textos estavam relacionados com ações e formações realizadas para os colaboradores, além de eventos realizados para o público externo.

Existem vários instrumentos que podem ser utilizados pelas organizações para interagirem com os seus públicos internos. Os boletins informativos são uma das ferramentas que permitem uma boa comunicação interna, devendo *beneficiar simetricamente tanto os empregados como a organização, sendo, assim, relevante para ambas as partes* (Kunsch, 2002: 161).

Depois de escrever os textos que me eram solicitados, apresentava-os ao meu supervisor que, por vezes, fazia algumas sugestões para que melhorasse alguns pontos, como, por exemplo, reescrever ou eliminar frases que tornavam o texto repetitivo ou que pudessem provocar algum tipo de comentário crítico, sem fundamentos ou pertinência.

2.3.5. Redação de *press release*

O *press release* é uma proposta de notícia elaborada pelos responsáveis da comunicação de uma organização, apresentando *um formato padrão: a data, o nome de contato, o número de telefone, um título curto, o lead e o desenvolvimento da matéria. O texto deve ser sucinto e responder ao leitor as seguintes questões: O quê? Quem? Como? Onde? Quando Por quê?* (Pinho, 2003: 52).

Como referi anteriormente, escrevi apenas um *press release* durante o estágio, alusivo a um concurso denominado “A importância da água em Aveiro”, dirigido aos alunos do 3.º ano das escolas do Município de Aveiro. Tratou-se de uma informação pós-evento, uma vez que, quando iniciei o meu estágio, o concurso tinha terminado e as telas onde os alunos pintaram sobre o tema já tinham sido recolhidas das escolas. Este comunicado foi publicado no jornal visado, o Diário de Aveiro.

Antes de o redigir, recolhi informações junto do responsável pelo meu estágio sobre as datas do Concurso, as escolas que participaram, como tinha decorrido o processo de avaliação das pinturas, entre outros aspetos. Globalmente, constituiu uma tarefa fácil, uma vez que havia treinado este tipo de redação durante a frequência curricular.

2.3.6. Exposição “A importância da água em Aveiro”

Os eventos são acontecimentos que tendem a marcar ocasiões ou pretendem atingir objetivos e metas, promovendo *nova informação, valores e a grandeza da organização* (...) (Black, 2006: 194).

“A importância da água em Aveiro” foi o tema do evento que deu origem ao concurso para os alunos do 3.º ano das escolas do Município de Aveiro, que decorreu durante o ano letivo 2015-2016. A AdRA ofereceu a cada turma uma tela e tintas para que os alunos pudessem pintar sobre o tema.

A avaliação dos quadros foi feita através da página de *facebook* da Câmara Municipal de Aveiro, pela comunidade aveirense, sendo que escola vencedora seria aquela que reunisse o maior número de votos. Ao vencedor, a AdRA atribuiu um prémio no valor de 300 euros, a ser entregue ao agrupamento escolar a que pertencia a escola da turma premiada.

No âmbito deste evento, estive envolvida na produção das etiquetas para a identificação das pinturas (Figura 15), já que estas iriam ficar em exposição no edifício Fernando Távora, no centro de Aveiro, durante pouco mais de um mês. Além disso, nos dias antes da abertura da exposição, fui entregar as etiquetas e alguns cartazes no Centro Cultural e de Congressos de Aveiro e no edifício onde a exposição esteve aberta ao público.



Figura 15 - Identificação dos quadros do concurso

Fonte: Foto captada pela estagiária

2.3.7. Preparação de espaço e suporte visual para reunião

Na terceira semana do mês de junho, decorreu uma reunião direcionada para o público interno da empresa. A mudança de funções do administrador da AdRA e os objetivos definidos para o ano 2016 foram alguns dos temas abordados. Durante a reunião, foram ainda dadas a conhecer obras que se realizaram em 2015 e obras que a empresa pretendia realizar ao longo do presente ano.

Um outro ponto salientado durante a reunião respeitou à implantação do *Kaisen Diário* nas lojas e nos três centros operacionais da Empresa, que tem como função contribuir para a melhoria do trabalho do colaborador e para o bem-estar do cliente.

Considerada como um instrumento de comunicação oral, as *reuniões oferecem a oportunidade de coordenar várias atividades, estimular o envolvimento, solicitar novas ideias, motivar grandes níveis de desempenho e comunicar a cultura corporativa* (Beirão, *et al*, 2008: 100), pelo que a sua preparação deve merecer a devida atenção, nomeadamente no que concerne ao espaço e aos suportes a utilizar.

A preparação do suporte visual para a reunião ficou a cargo da área de Comunicação e Educação Ambiental. Nesta fase, acompanhei o meu supervisor na conceção do suporte visual e na recolha de informação junto das chefias dos vários Departamentos. É essencial que um profissional de Comunicação consiga selecionar a informação que deve ser dada a conhecer, bem como saber tratá-la e transformá-la num suporte adequado.

Para além de colaborar na “construção” do suporte visual, ao nível da recolha e seleção da informação e do “desenho” dos *slides*, procurando com que fossem dinâmicos e informativos, ainda tive como tarefa ajudar na preparação da sala onde a reunião ia ocorrer (Figura 16). A verificação do funcionamento correto de todos os equipamentos tecnológicos (computador, projetor, apontador de laser e microfone) e a receção dos colaboradores que participaram na reunião (dar as boas-vindas e encaminhá-los para os seus lugares) foram outras atividades em que estive envolvida.



Figura 16 – Sala de reunião

Fonte: Foto captada pela estagiária

2.3.8. Desenvolvimento da atividade “Travessa da Água”

A “Travessa da Água” foi uma atividade que desenvolvi com particular autonomia. Realizou-se duas vezes no Campo de Férias de Vagos, a 15 de julho e a 1 de agosto, com o objetivo essencial de consciencializar e alertar para a poupança de água.

Um evento é uma ferramenta ou técnica de comunicação com valor acrescentado, pelo que é importante ter em consideração dois momentos no âmbito do respetivo planeamento:

1. Pré-evento, ou seja, antes do evento: considerado como o momento-chave em que se deve definir um “bom produto” e uma boa promoção e divulgação;
2. Durante o evento: todas as atividades e ações desenvolvidas devem ser realizadas com o intuito do evento ser recordado pela positiva e não o contrário (Pedro *et al.*, 2005).

Ainda que Pedro *et al* (2005) enumerem 22 fases a respeitar durante o planeamento de um evento, optei por desenvolver um processo mais célere, eliminando algumas etapas, visto que a atividade não era de grande dimensão e, deste modo, não necessitava de seguir rigorosamente cada passo.

Tendo desenvolvido integralmente o projeto desta atividade, comecei por identificar o seu objetivo (consciencializar e alertar para a poupança de água), o tema (“Travessa da Água”) e o público-alvo (crianças e jovens com idades entre os 11 e os 15 anos).

De seguida, procurei exemplos de ações equivalentes que já tivessem sido realizadas, recorrendo para tal à internet. Uma das sugestões do meu supervisor consistia em utilizar garrações e garrafas de plástico para que fosse mais perceptível a quantidade de água que gastamos diariamente.

Depois de fazer vários esquemas e de procurar material para a atividade, apresentei ao meu supervisor uma proposta em que explicitava o que pensava fazer com o material e como iríamos desenvolver a atividade junto das crianças e dos jovens.

Após o feedback recebido, identifiquei as ações diárias em que a água está presente, desde que acordamos até nos deitarmos, como, por exemplo, tomar banho, lavar os dentes, preparar o pequeno-almoço e lavar a louça, entre outras. A seguir, pesquisei quantos litros de água gastamos em cada uma delas e, com os garrações e garrafas de plástico, agrupei-os em grupo, tendo em conta os litros utilizados na ação a que iriam corresponder.

Com o local do evento definido, reunimos com os responsáveis pelo Campo de Férias, para decidirmos a hora de início da atividade e qual o seu tempo de duração.

Posteriormente, fiz cartões-guia (Anexo 10) que seriam dados aos grupos de crianças e jovens. Nestes, constava a tarefa de que iriam ficar responsáveis, o número de garrafas e garrações de plástico que necessitavam para construir a estrutura e uma foto da mesma para que fosse mais fácil a sua realização.

Como não se iria produzir cartazes para esta atividade, o meu supervisor sugeriu-me que desenhasse em *k-line* (material usado em arquitetura e design) o desenho introdutório à atividade e o do final (Figura 17). Em cartolina branca, desenhei ainda algumas etapas da atividade, salientando algumas curiosidades sobre a utilização da água (Anexo 11).



Figura 17 –Cartazes da atividade

Fonte: Foto captada pela estagiária

O facto de se ter optado pelo desenho manual, em detrimento do uso de programas informáticos ou *software* de design, para a elaboração dos cartazes, não colocou em causa a representação e a veracidade pretendidas, uma vez que, através dele, *podemos transformar, criar, investigar, construir e comunicar* (Oliveira *apud* Mello, 2010: 91).

Os dois dias em que a atividade “Travessa da Água” se realizou corresponderam completamente ao que havia sido planeado. A avaliação da atividade foi feita pelo meu supervisor e pelos responsáveis do Campo de Férias, cuja apreciação positiva foi baseada na dinâmica da atividade, no entusiasmo do público-alvo ao realizá-la e o número de crianças que aderiram à mesma. Esta atividade será colocada em prática nas escolas do Distrito no presente ano letivo.

2.3.9. Reunião com fornecedores

Durante o meu estágio, foram várias as reuniões com fornecedores em que estive presente. É importante estabelecer um vínculo com este tipo de público, independentemente do tipo de fornecimento de que se trate – de empresas gráficas, supermercados ou *designers*. A realização de um trabalho eficiente e dentro do prazo estabelecido, com o devido cumprimento das respetivas contrapartidas, faz com que a relação entre a entidade o fornecedor se mantenha e consolide em confiança mútua.

Este tipo de público externo *procura segurança e fiabilidade porque são pagos para o fornecimento de produtos ou serviços. (...) A imagem que um fornecedor tem da empresa é sempre o reflexo dos contactos diretos com os colaboradores da empresa* (Beirão *et al.*, 2008: 48).

Uma função inicial que assegurava neste âmbito consistia em marcar a reunião numa plataforma *online* utilizada pela Entidade, indicando as horas e o local, assim como as pessoas que iriam estar presentes. Desta forma, ficava registado quando seria realizada a reunião, onde e por que motivo.

Estive também presente nas reuniões que se realizaram durante o meu estágio, assessorando no sentido de registar contactos, datas e horas para a entrega de materiais ou do agendamento de outra reunião, caso fosse necessário. Em alguns casos, antes das reuniões, eu e o meu supervisor elaborámos esboços de projetos, para explicarmos aos fornecedores aquilo que pretendíamos, além de realizarmos pesquisas sobre que tipos de materiais existiam no mercado para o desenvolvimento dos mesmos.

2.3.10. Realização de *clipping*

O *clipping*, também designado como *press book*, baseia-se na organização de informação divulgada nos *media* impressos, digitais ou audiovisuais, havendo *que pesquisar, recolher e seleccionar informação sobre a empresa, escrutinar o que poderá dar notícia e produzir um dossiê de informação sólida e “pronta a servir” como matéria-prima relevante* (Oliveira e Ferreira, 2015: 128). A informação pode ser de carácter positivo, neutro ou negativo.

A realização do *clipping* foi por mim assegurada a partir da primeira semana de julho, uma vez que a responsável anterior tinha sido uma outra estagiária, cujo período de estágio havia terminado. Todos os dias de manhã, lia com atenção o Jornal de Notícias e o Diário de Aveiro. Quinzenalmente ou mensalmente, recebia outros jornais, pelos quais estava também responsável em termos de *clipping*.

Após a leitura dos jornais, caso houvesse alguma notícia ou avisos de interrupção de abastecimento de água emitidos pela AdRA, tinha que digitalizar a notícia e guardá-la numa pasta no computador. Além disso, enviava todos os dias o *clipping* ao meu supervisor, seguido de um pequeno resumo com o título das notícias e o jornal em que tinham saído.

Na AdRA, não existe um *clipping* em papel, mas apenas em formato digital. Contudo, este aspeto não põe em causa a sua utilidade, evidenciando responsabilidade ambiental, obviamente coerente com a missão e cultura corporativa.

2.3.11. Representação no evento “O Roteiro da Água”

Na última semana de julho, representei a AdRA num evento denominado de “Roteiro da Água”. O público eram crianças e jovens do campo de férias de Aveiro que visitaram a ETA (Estação de Tratamento de Águas) das Águas do Vouga e a ETAR (Estação de Tratamento de Águas Residuais), situada em Cacia. Em ambos os locais, a explicação de como funcionavam e quais as suas funções esteve a cargo dos responsáveis de cada Estação e de um outro colaborador das Águas do Centro Litoral.

Este tipo de eventos surge no âmbito da responsabilidade social e ambiental da Empresa, sendo que o profissional de Relações Públicas tem um papel importante. Cabe a este estabelecer a *relação entre a empresa e a comunidade, como a organização do processo de implementação da responsabilidade social* (Vau, 2005: 78).

Para além de desempenhar o meu papel como “profissional” de Relações Públicas da ADRA, fiz uma abordagem breve sobre a entidade, distribuí panfletos relacionados com a atividade “O Roteiro da Água” (Figura 18) e um pequeno brinde como uma garrafa de plástico reutilizável e prática.



Figura 18 - Panfletos sobre a atividade "O Roteiro da Água"

Fonte: Foto captada pela estagiária

2.3.12. Gestão de Redes Sociais

Antes de dar início ao meu estágio, tinha falado com o meu supervisor sobre a gestão de redes sociais. Porém, surgiram outros projetos prioritários, nos quais tive de me focar.

A AdRA não integra nenhum tipo de rede social, dispondo apenas de um *site* com as informações relevantes para o público externo. O facto de não haver uma rede social está relacionado com a exigência que a sua gestão impõe, que implica pelo menos um colaborador com as necessárias aptidões.

Durante o meu estágio propus ao meu supervisor pesquisar sobre as vantagens das redes sociais para as empresas. Como usufruir das mesmas, tirando delas o máximo proveito, constituiu o principal objetivo da minha pesquisa. Nos primeiros dias de procura de informação, constatei a existência de inúmeras empresas que conseguem aproveitar as redes sociais e fortalecer a ligação com o seu público.

As redes sociais são uma ferramenta importante para as Relações Públicas, auxiliando no processo de comunicação entre os clientes e da empresa. Estas *podem organizar a*

informação de forma a que cada público, ou melhor cada indivíduo, obtenha a informação pretendia (Lindon *et al.*, 2011: 360).

Assim, os conteúdos que são colocados *online* e a forma como conseguem captar a atenção do *target* são dos principais pontos que se deve ter em atenção, para além de que devem ser feitas publicações com alguma regularidade, “alimentando” a relação entre a organização e o público. Desta forma, *a interactividade no sítio dever ser explorada por forma a que os clientes possam ter motivos para com ele interagir* (Ferrão, 2000: 111).

Após esta fase de pesquisas documentais, falei com um informático da Empresa para perceber até que ponto uma rede social poderia ser uma mais-valia para a AdRA e como é que se poderia ter sucesso através da mesma. Inicialmente, tive conhecimento das plataformas existentes a nível interno e a relação entre cada uma delas, assim como os Departamentos que estão interligados.

Ao compreender como se trabalha a nível interno, pude perceber que para a AdRA ter uma rede social teria que haver pelo menos uma pessoa que fosse responsável pela mesma e que funcionasse como elo de ligação entre os vários Departamentos, estando a par de tudo aquilo que seria pertinente publicar.

Porém, antes de a AdRA aderir a uma rede social, terá de trabalhar ainda a imagem projetada para o exterior. Os preços praticados pela Empresa e, por vezes, a falta de resposta imediata em algumas áreas são fatores determinantes de alguma insatisfação do público externo. A Entidade vem já apostando em eventos e projetos que visam trabalhar esta relação, mas a existência de apenas um colaborador na área de Comunicação e Educação Ambiental configura uma situação interna com algumas barreiras ou dificuldades. Não havendo tempo suficiente para tratar de todos os assuntos inerentes a esta área, acaba-se sempre por definir prioridades.

As pesquisas que realizei sobre a importância e a viabilidade de a AdRA foram importantes, uma vez que pude perceber que gerir uma rede social envolve muitos elementos interligados e que a informação publicada *online* tem que ser pertinente e

bem trabalhada, para não gerar conflitos ou discussões que ponham em causa todo o esforço antes desenvolvido em termos de imagem e comunicação.

2.3.13. Atividades no laboratório da AdRA

Na segunda semana do mês de agosto, passei algum tempo no laboratório da AdRA, onde aprendi como se fazem as experiências que são apresentadas nas escolas no âmbito da Educação Ambiental. Junto das técnicas de laboratório, realizei várias experiências e esclareci algumas dúvidas sobre que tipo de material era utilizado e quais as regras de segurança inerentes. Elaborei também uma lista do material que é necessário comprar para as próximas experiências a realizar.

Nas apresentações realizadas nas escolas, as experiências acabam por ter muito sucesso. São dinâmicas, interessantes e divertidas para os mais novos, além de que este tipo de atividades *ajuda a formar conceitos, gerenciar emoções, assimilar novas regras e desenvolver uma constante busca pelo novo* (Letsh, 2016: 44).

Porém, sempre que estas palestras são apresentadas, um colaborador do laboratório tem que prestar apoio ao colega responsável pela área de Comunicação e Educação Ambiental nas escolas, o que coloca em atraso o seu trabalho.

Desta forma, ao aprender como se concretizam as experiências e o facto de ter alguns conhecimentos básicos na área, adquiridos no ensino secundário, poderei acompanhar e auxiliar o meu colega durante as palestras, ficando assim os técnicos de laboratório dispensados desta tarefa.

2.3.14. Apoio administrativo

O apoio administrativo foi uma outra vertente em que prestei apoio e aprendi, junto de uma assistente executiva, durante o mês de agosto e as duas primeiras semanas de setembro. Como o meu supervisor estava de férias, surgiu a oportunidade para o enquadramento do meu estágio neste Serviço.

O trabalho de um assistente administrativo é bastante importante numa empresa, porque, para além das competências que este possui relativamente à organização de documentos, conhece *a informação a respeito das exigências legais que determinam os prazos de preservação dos documentos. Tanto do ponto de vista legal quanto sob o aspecto do interesse do próprio trabalho, há documentos de valor permanente e outros de valor temporário* (Carapeto *et al.*, 2014: 45).

Diariamente, tinha que recolher os jornais na entrada da Empresa e entregá-los ao Administrador. Auxiliava na escrita dos avisos de cortes de abastecimentos de água, que posteriormente eram publicados no Diário de Aveiro e no Jornal de Notícias. As publicações de avisos de cortes já tinham um formato pré-definido, pelo que apenas devia saber quais as datas e os locais que seriam afetados e preencher corretamente o modelo com essas informações. Quatro a cinco dias antes das interrupções, enviava os anúncios para os jornalistas de ambos os jornais, que os publicavam no dia seguinte.

Outra das minhas funções de que estava responsável consistia em entregar ao Administrador documentos que precisavam de ser assinados por este e em os carimbar de seguida.

2.3.15. Inventário do *stock*

Na quarta semana do mês de agosto, fiz o inventário do *stock* de material que é utilizado para as diversas palestras nas escolas e noutros projetos. Uma parte do armazém da AdRA é destinada para guardar os vários tipos de materiais, como, por exemplo, brindes (chapéus, garrafas de plástico, canetas, sacos), material didático, material de escrita e de desenho, calendários e suportes em madeira (cavaletes).

Depois de verificar o número de *itens* existentes, criei um documento no *Word*, em que fiz uma tabela com os vários materiais e a quantidade de cada um. De seguida, enviei-o ao meu supervisor por correio eletrónico e especifiquei quais eram os materiais que necessitavam de ser repostos, para que estivessem disponíveis ao serem iniciados os projetos e ações de sensibilização nas escolas do distrito.

2.3.16. Atualização e organização de faturas e documentos

Existindo apenas um colaborador responsável pela área de Comunicação e Educação Ambiental, o tempo torna-se escasso para se conseguir fazer tudo nesta área, obrigando a que, por vezes, algumas tarefas fiquem para segundo plano.

Nos meses de agosto e setembro, aprendi a inserir faturas no sistema interno da Empresa, denominado SAP, onde depois seriam aprovadas pelos colaboradores do Departamento de Contabilidade. De seguida, e como fase final do processo, utilizava o programa FORTIS para confirmar que a fatura correspondia ao serviço prestado por outrem ou relacionado com compras, a fim de se efetuar o pagamento das mesmas.

Esta atividade exige grande concentração, porque não dependia apenas de mim, mas igualmente do Departamento de Contabilidade, pelo que, caso inserisse alguma fatura incorretamente, atrasava todo processo.

Para além da atualização de faturas e outros documentos, responsabilizei-me ainda pela sua organização, visto que me deparei com situações em que se tinha perdido documentação importante.

Para isso, utilizei duas capas - numa coloquei as faturas e na outra os documentos, organizados por data – uma vez que, *quando estes estão bem organizados, eles auxiliam na obtenção de informações, assegurando o bom andamento das atividades* (Oliveira, 2009: 15).

Apesar de ser um trabalho simples, era algo que não se fazia na área onde estava a estagiar, ainda que com óbvias vantagens: facilitar as consultas, tornando-as mais simples; evitar extravios ou perdas.

Reflexão Final

É com grande orgulho que termino mais uma etapa. Foram três anos de muita alegria e grande aprendizagem, que culminaram com três meses de estágio curricular numa das melhores empresas da região a que pertença.

Os três meses de integração na AdRA foram muito enriquecedores. Cada dia tornou-se um novo desafio, a nível profissional e pessoal. Acordar cedo e ter uma rotina de trabalho fez-me perceber que tinha que estar sempre à altura de superar as expectativas sobre o meu desempenho. Nem sempre foi fácil, mas com ajuda e um bom acolhimento por parte de todos, consegui realizar todas as tarefas que me foram propostas.

Aprendi que, por vezes, temos que nos afirmar e valorizar perante os outros. Até então, penso que poucas vezes senti necessidade de o fazer. Quando integramos num sítio novo, é importante deixar uma boa impressão, mostrando o que valemos e que o nosso trabalho também merece ser reconhecido. Foram várias as ocasiões em que me esforcei para provar que as minhas ideias ou propostas tinham “pernas para andar” ou justificações muito válidas, mas superei todos os desafios com nota positiva.

Compreendi e aceitei que nem sempre posso realizar todas as tarefas com perfeição, que é importante errar e saber deixar a timidez de lado para procurar ajuda. A improvisação passou também a fazer parte do meu quotidiano. Inicialmente, foi um grande obstáculo perceber que nem sempre tinha as coisas controladas e que, caso fosse necessário, tinha que saber fazer uso da palavra e desvencilhar-me da melhor forma.

Os conhecimentos que adquiri na área da Comunicação e das Relações Públicas foram determinantes na superação de todas as dificuldades e desafios, permitindo adaptar-me às diversas situações que iam surgindo. Particularmente, o último ano do curso ajudou-me a estar mais preparada para o mundo do trabalho, uma vez que todas as atividades desenvolvidas exigiam já grande esforço e dedicação, tendo-me ajudado a perceber que todos os dias tinha que me superar. Através dos trabalhos em grupo, havia também aprendido a saber partilhar espaço e a respeitar as ideias dos colegas, preparando-me para integrar uma equipa como a da Entidade que me acolheu.

Em suma, este estágio, que foi o meu primeiro contacto com o mundo do trabalho, resultou sem dúvida numa das melhores experiências que poderia ter tido. Chegado ao seu término, que é também o da Licenciatura, recordo todo o percurso realizado ao longo de três anos, vividos com emoção e com vontade de aprender, e valorizo ainda mais todo o esforço e dedicação pessoal. Nada foi em vão e acredito que, não obstante todos os obstáculos e dificuldades que um futuro profissional comporta, haverá certamente no caminho a trilhar novos desafios e novas vitórias...

Bibliografia

Livros

Afonso, A. *et al.* (2014). *Manual de Tecnologias de Informação e Comunicação LibreOffice*. Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

Alcoforado, F. (1997). *Globalização*. São Paulo: Nobel.

Beirão, I. *et al.* (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. Lisboa: Plátano Editora.

Black, C. (2006). *Guia Prático do Profissional de Relações Públicas*. Mem Martins: Publicações Europa – América.

Caetano, J. e Rasquilha, L. (2007). *Gestão da Comunicação*. Lisboa: Quimera Editores, Lda.

Carapeto, F. *et al.* (2014). *Assistente Administrativo*. São Paulo: SENAI-SP Editora.

Castro, J. (2007). *Comunicação de Marketing*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

Choroux, A. (2007). *A ação das empresas. Quem ganha com isso?*. São Paulo: Editora Peirópolis.

Daychoum, M. (2010). *40+4 Ferramentas e técnicas de gerenciamento*. Brasil: Brasport.

Ferrão, F. (2000). *E-Business*. Lisboa: Escolar Editora.

Ferraz, E. (2010). *Por que é que a gente é do jeito que a gente é?*. São Paulo: Editora Gente.

Fortes, W. (2002). *Relações Públicas – processo, funções, tecnologia e estratégias*. São Paulo: Summus Editorial.

García, M. (1999). *As Relações Públicas*. Lisboa: Editorial Estampa.

Kunsch, M. (2002). *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus Editorial.

- Lampreia, J. M. (1996). *Técnicas de Comunicação – Publicidade, Propaganda e Relações Públicas*. Mem Martins: Publicações Europa-América.
- Lampreia, J. M. (1998). *Comunicação Empresarial – As Relações Públicas na Gestão*. Mem Martins: Publicações Europa – América.
- Letsch, R. (2016). *Brincar e Aprender: a relação entre o lúdico e o aprendizado na educação infantil*. Brasil: Clube de Autores.
- Lindon, D. et al. (2011). *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Dom Quixote.
- Marques, F. (2006). *Guia Prático da Excelência em Serviços – Como conquistar clientes, aumentar os lucros e viver melhor!*. São Paulo: Livraria Nobel.
- Meireles, M. (2001). *Sistemas administrativos Clicentristas – organizações com foco no cliente*. São Paulo: Arte & Ciência Villipress Editora.
- Mello, P. (2010). *Arte, Novas Tecnologias e Comunicação: fenomenologia da contemporaneidade*. São Paulo: PMStudium Comunicação e Design Ltda ME.
- Oliveira, A. (2009). *A Importância da Gestão Documental para as Instituições: o caso da Energisa/pb*. Paraíba: Universidade Federal da Paraíba – UFPB.
- Oliveira, E. e Ferreira, P. (2015). *Marketing a Preto e Branco*. Porto: Grupo Editorial Vida Económica.
- Pedro, F. et al. (2005). *Gestão de Eventos*. Lisboa: Quimera Editores, Lda.
- Pinho, J. B. (2003). *Relações Públicas na Internet – Técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse*. São Paulo: Summus Editorial.
- Simões, M. et al. (2009). *Marketing e Comunicação Política*. Lisboa: Edição Sílabo.
- Siqueira, M. (2005). *Gestão Estratégica da Informação*. Rio de Janeiro: Brasport.
- Valentim, M. (2010). *Gestão, Mediação e Uso da Informação*. São Paulo: Editora UNESP: Cultura Acadêmica.

Vau, C. (2005). *As Relações Públicas na Responsabilidade Social das empresas*. Lisboa: Simplesmente Comunicando.

Vilar, E. (2006). *Imagem da Organização*. Lisboa: Quimera Editores, Lda.

Waltrick, H. (2015). *Brand Target – Diferentes Estratégias para a Marca Atingir o Alvo*. Santa Catarina: Clube de Autores.

Xavier, C. *et al* (2014). *Gerenciamento de projetos de inovação, pesquisa e desenvolvimento – uma adaptação da metodologia basic methodware*. Rio de Janeiro: Brasport.

Zaharov, A. (2010). *Coaching – Caminhos para transformação da carreira e da vida pessoal*. Rio de Janeiro: Brasport.

Webgrafia

Gonçalves, R. (2012). *Responsabilidade social nas organizações – Avaliação das motivações no desenvolvimento e implementação de práticas socialmente responsáveis*. Vila Nova de Gaia: Instituto Superior de Línguas e Administração. Consultado a 20 de julho de 2016, no endereço: <http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/4043/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20VERS%C3%83O%20FINAL%C3%8DSSIMA.pdf?sequence=1>

Pinto, A. (2009). *Análise ergonómica dos postos de trabalho com equipamentos dotados de visor em centros de saúde da administração regional de saúde do centro*. Coimbra: Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra. Consultado a 21 de julho de 2016, no endereço: https://eg.sib.uc.pt/bitstream/10316/13508/1/Tese_mestrado_Alice%20Pinto.pdf

Sites

http://www.ilo.org/public/portugue/region/eurpro/lisbon/html/portugal_eixos_pt.htm

(Consultado a 21.07.2016)

<http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/ergonomia> (Consultado a 21.07.2016).

Outras fontes

Manual de Acolhimento fornecido pela AdRA.

Regulamento de Estágio/Projeto da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, do Instituto Politécnico da Guarda.

Anexos



Lista de Anexos

Anexo 1 – Plano de Estágio

Anexo 2 – 6 anos Espírito AdRA

Anexo 3 – AdRA desafia jovens artistas a dar asas à imaginação

Anexo 4 - Concurso de expressão plástica desafia Escolas de Aveiro a participarem

Anexo 5 – Frota da AdRA continua a crescer

Anexo 6 – Segurança no trabalho

Anexo 7 – AdRA aposta na formação dos seus colaboradores





Anexo 8 – Sistemas de Gestão de Qualidade, Ambiente e Energia

Anexo 9 – Vamos descomplicar o orçamento de Estado para 2016?

Anexo 10 – Exemplo de um dos cartões-guia para a atividade “Travessa da Água”

Anexo 11 – Cartazes em cartolina branca

Anexo 1 – Plano de Estágio

	PLANO DE ESTÁGIO Cursos de Especialização Tecnológica (CET) Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados	MODELO GESP.004.03
Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - Convenção de Estágio.		
Escola: <input checked="" type="checkbox"/> ESECD <input type="checkbox"/> ESS <input type="checkbox"/> ESTG <input type="checkbox"/> ESTH Tipologia do Estágio: <input checked="" type="checkbox"/> Curricular <input type="checkbox"/> Extracurricular <input type="checkbox"/> Outro: _____ Ao abrigo do protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim, Quer? _____		
1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO		
Estudante: <u>Catarina Filipe da Silva Domingues Graças</u> N.º <u>5007914</u> Docente orientador: <u>Bertha Graça</u> Supervisor: <u>RAQUEL MARTINS</u>		
2. PLANO DE ESTÁGIO		
<p>Durante o estágio curricular, a discente desempenhará funções relacionadas com o estágio de SIAFF - Comunicação e Educação Ambiental, colocando todo o conhecimento adquirido durante o período escolar, principalmente adquirido com prática, competências transversais e específicas da função.</p> <p>Os objetivos do estágio estão, portanto, relacionados com a aquisição e desenvolvimento de competências na área de comunicação, como por exemplo, organização de eventos, gestão de projetos e realização de notas à imprensa, entre outros.</p>		
3. ASSINATURAS		
O Estudante <u>12/10/2016</u> Data  (assinatura)	O Docente Orientador _____ Data  (assinatura)	O Supervisor <u>12/10/2016</u> Data  (assinatura) Grupo Águas de Portugal

Anexo 2 – 6 anos Espírito AdRA

6 anos de Espírito AdRA

Este ano, o evento “Espírito AdRA” teve lugar no Cine-Teatro Alba em Albergaria-a-Velha, no dia 28 de Maio. O evento contou com a participação dos colaboradores, que ao longo da tarde foram surpreendidos com várias atividades.

Todos os anos, este evento é realizado com o intuito de desenvolver e criar um sentimento de pertença e de orgulho por fazerem parte desta empresa. A participação de um grupo de mimos e de um mágico foram o momento alto do “Espírito AdRA”, contribuindo para a boa-disposição que se fez sentir no Cine-Teatro Alba.

A entreajuda e um bom entendimento entre os colaboradores promove um clima interno favorável. É neste objetivo que a AdRA aposta, salientando o grau de compromisso dos colaboradores para com os objetivos da empresa.

O “Espírito AdRA” é caracterizado pelo cariz solidário que se estende até aos habitantes da região de Aveiro e que se reflete na qualidade dos serviços que são prestados à população.

Anexo 3 – AdRA desafia jovens artistas a dar asas à imaginação

AdRA desafia jovens artistas a dar asas à imaginação

A AdRA – Águas da Região de Aveiro, S.A., e a Câmara Municipal de Aveiro desafiaram, no primeiro trimestre do corrente ano letivo, os alunos das escolas do primeiro ciclo de Aveiro para elaborarem trabalhos em tela que expressassem a importância da água no Município.

Os trabalhos foram avaliados pelos aveirenses que elegeram o seu favorito através de uma votação aberta na página de *facebook* CM de Aveiro. A Escola Básica de São Bernardo recolheu o maior número de preferências, ganhando com mais de 1300 votos, angariando assim, 300 euros que a AdRA doará ao Agrupamento Escolar de pertença da referida escola.

Os trabalhos estiveram expostos no edifício Fernando Távora - Espaço A (em frente à Câmara Municipal de Aveiro) até ao dia 31 de Julho. No próximo ano letivo, os alunos do 3º ano dos Municípios de Sever do Vouga e de Albergaria-a-Velha irão ser desafiados a participar no concurso.

Anexo 4 - Concurso de expressão plástica desafia Escolas de Aveiro a participarem

Concurso de expressão plástica desafia Escolas de Aveiro a participarem

Como tem vindo a acontecer em anos anteriores, desta vez, a AdRA incentivou as Escolas do Município de Aveiro a participarem no concurso de expressão plástica. A empresa aliou-se à Câmara Municipal de Aveiro, desafiando as Escolas do Município a aderirem à iniciativa “A importância da Água em Aveiro”.

Cada escola do primeiro ciclo pintou uma tela relacionada com o tema do concurso. Posteriormente, os trabalhos elaborados pelos jovens artistas foram avaliados, através da página de Facebook da Câmara Municipal de Aveiro. A Escola Básica de São Bernardo sagrou-se vencedora, com mais de 1300 votos, arrecadando um prémio no valor de 300 euros que foram atribuídos ao agrupamento escolar de pertença da escola vencedora.

Os trabalhos estão expostos no Edifício Fernando Távora, até 30 de junho.

Anexo 5 - Frota da AdRA continua a crescer

Frota da AdRA continua a crescer

A frota da AdRA volta a crescer. A empresa conta com 37 carros novos da marca Peugeot. A instituição tem vindo a substituir veículos, por carros mais recentes e que permitem maior segurança para os seus colaboradores.

Em relação ao projeto “Peugeot Partner Mobiliário”, a 1.^a versão do carro de João Lopes e da sua equipa encontra-se em fase de testes. Este projeto apenas está a ser desenvolvido num carro, nos três Centros Operacionais da AdRA, pelo que a implementação do mesmo na frota da empresa, irá depender da existência de um fornecedor.

O objetivo é equipar 12 carrinhas Peugeot Partner da Micromedição. Desta forma, a AdRA salienta a importância de contribuir para o bem-estar dos colaboradores, que poderão prestar os serviços necessários à comunidade, com maior qualidade.

Anexo 6 – Segurança no trabalho

Segurança no trabalho

Ao longo do ano, os colaboradores da AdRA envolveram-se em questões relacionadas com a segurança no trabalho, adotando comportamentos mais seguros bem como a apresentação de propostas de melhoria, tendo em consideração medidas preventivas e corretivas adotadas na sequência da avaliação contínua de riscos ou acidentes de trabalhos.

A substituição e aquisição de equipamentos e ferramentas e a realização de ações de sensibilização foram das ações que mais se destacaram no decorrer do ano de 2015.

A segurança no trabalho é fundamental e é neste pressuposto que a AdRA procurar fazer com que os colaboradores se sintam mais seguros nas atividades que desenvolvam. Contudo, para que se consiga atingir os objetivos e melhorar as condições no local de trabalho, é necessário que todos os colaboradores estejam envolvidos, apresentando propostas que melhorem e permitam uma maior segurança nas atividades desenvolvidas.

Anexo 7 - AdRA aposta na formação dos seus colaboradores

AdRA aposta na formação dos seus colaboradores

À semelhança do que aconteceu no ano passado, a AdRA voltou a realizar a pós-graduação em Lean Management. Esta ação teve lugar na sede da empresa e contou com a participação de alguns colaboradores. Além disso, a 2.^a edição da formação em SAP, destinada aos colaboradores da área de informática, permitiu adquirir e desenvolver novas competências relacionadas com programas avançados no âmbito das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's).

No decorrer deste ano, a AdRA realizou outras ações, entre elas, a formação sobre a norma ISSO 9001 da Gestão de Qualidade e a ação “Kaizen Diário”. Esta última apresenta um papel importante, sobretudo nas lojas da AdRA, o que irá permitir aos colaboradores planificarem o seu trabalho e gerir o tempo da melhor forma, dando prioridade ao cliente.

A “Subida em altura e utilização do arnês” e a “Gestão do tempo e do stress” foram outras ações de formação que se realizaram. A primeira aconteceu a 7 de Abril e teve como formador o Eng.º Sérgio Pinto. Nesta formação, os temas principais foram “Medidas de Prevenção e Segurança” e a “Utilização do Equipamento Anti queda”, em que participaram 12 colaboradores operacionais.

A ação sobre a “Gestão do tempo e do stress”, ocorreu na sede da empresa nos dias 2, 9 e 14 de junho. A entidade formadora foi o “Planeta Informático”, cuja ação contou com a participação de 110 colaboradores. Explicar o que é o stress e como este pode ter influências no trabalho desenvolvido pelos colaboradores foi o tema central desta formação. Com esta ação, a AdRA procurou fazer com que os seus colaboradores saibam como transformar o stress numa energia positiva, gerindo e criando planos de ação que permitam organizar o tempo, estabelecendo prioridades.

Anexo 8 - Sistemas de Gestão de Qualidade, Ambiente e Energia

Sistemas de Gestão de Qualidade, Ambiente e Energia

A implementação de um sistema integrado de gestão da qualidade, ambiente e energia, é uma decisão estratégica da AdRA com vista à melhoria do seu desempenho global, de modo a proporcionar uma base sólida para iniciativas de desenvolvimento sustentável.

A Gestão da Qualidade permite controlar os processos de modo a obter um produto e um serviço de qualidade, satisfazendo as necessidades do cliente com um mínimo de custos possíveis, trabalhadores e fornecedores para além da envolvente da organização.

A Gestão de Energia propor-se a minimizar e otimizar os consumos energéticos de atividades, equipamentos e instalações.

Por sua vez, a Gestão Ambiental visa essencialmente minimizar os impactes ambientais decorrentes das atividades da organização. Trata-se de uma ferramenta eficaz de minimizar os riscos ambientais, cumprir a legislação e regulamentos aplicáveis e demonstrar os compromissos da gestão de topo no que se refere à proteção ambiental. Asseguram também a melhoria contínua do seu desempenho ambiental e a consequente diminuição do risco para o negócio.

A AdRA procura melhorar e aumentar a motivação dos trabalhadores face ao trabalho, através do recurso à sensibilização e formação dos mesmos para as questões ambientais e para uma maior consciencialização do cumprimento dos objetivos ambientais estabelecidos pela organização. Desta forma, pretende-se destacar a melhoria da imagem externa da organização assim como melhorar a relação com a comunidade, com os seus públicos e com os meios de comunicação social.

Anexo 9 - Vamos descomplicar o orçamento de Estado para 2016?

Vamos descomplicar o orçamento de Estado para 2016?

Este foi o tema do seminário que ocorreu no dia 19 de maio, na Reitoria da Universidade de Aveiro. Sílvia Pires Diogo, coordenadora do apoio jurídico da AdRA, foi convidada para debater este assunto.

A apresentação do Livro “Descomplicar o Orçamento de Estado” e o art.º 35 da LOE para 2016, relativos ao regime de aquisição de serviços do setor público foram os pontos centrais deste seminário.

Sílvia Pires Diogo explicou as possíveis interpretações sobre o artigo referido anteriormente e deprecou as dificuldades associadas a este, especialmente com a realização de despesa pelas entidades do setor público administrativo e empresarial.

Esta é a segunda vez que Sílvia Pires Diogo é convidada pela Universidade de Aveiro para participar em seminários sobre contratação pública.

Anexo 10 – Exemplo de um dos cartões-guia para a atividade “Travessa da Água”

7.10h

- Ir à casa de banho
- Tomar duche

70 Litros

Material:

11 garrafões
2 garrafas de 1,5 L
2 garrafas de 50 cl

Fios

1 X-acto
Marcadores
1 Cartolina
1 Ripa de Madeira



2 garrafas de 1,5 L
2 garrafas de 50 cl

3 garrafões

8 garrafões cheios de água

Dica: Agrupar dois garrafões ou garrafas de cada vez. Apenas a base da estrutura deve ter água

Anexo 11 – Cartazes em cartolina branca

