Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

Relato de experiência no estágio não-obrigatório na Agência de Comunicação e Marketing GPeS[1]

Maria Júlia Silva Para de **MACEDO**[2]
Jonas da Silva **GOMES JR**.[3]

RESUMO

Este artigo apresenta um relato de experiência sobre o estágio não obrigatório realizado na GPeS - Agência de Comunicação e Marketing especializada na área da saúde. Ao longo de um ano, o estágio proporcionou uma imersão prática no ambiente profissional, permitindo a aplicação de conhecimentos adquiridos no curso de Relações Públicas da UFAM, especialmente nas áreas de planejamento estratégico, de gestão de mídias sociais e de produção de conteúdo. A experiência destacou a importância das mídias sociais no setor de saúde e evidenciou o papel crucial da comunicação eficaz para o sucesso das estratégias de *marketing* nesse segmento. O estágio foi essencial para o desenvolvimento de habilidades técnicas e interpessoais, preparando-me ainda mais para os desafios do mercado de trabalho e contribuindo de maneira significativa para minha formação acadêmica e profissional.

Palavras-chave: Relações Públicas. Mídias Sociais. Saúde. Estágio.

[1]Este relato é resultado do estágio não obrigatório realizado durante o ano de 2022/2023 na empresa GPES. O relato foi ajustado e revisado com as orientações do Prof. Jonas Gomes Jr, do curso de Relações Públicas da UFAM.

[2]Graduanda do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: mariajulia.macedo@gmail.com

[3]Docente do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. Contato: jonasjr@ufam.edu.br

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

Introdução

Ao ingressar na universidade, o estudante se depara com inúmeras oportunidades que vão além da sala de aula. Nesse cenário, a realização de um estágio se apresenta como uma valiosa chance de vivenciar o mercado de trabalho antes da conclusão da graduação. O presente relato de experiência apresenta um entendimento enquanto aluna do curso de Relações Públicas sobre o estágio na GPeS - Agência de comunicação e *marketing* especializada na área da saúde, que durou de outubro de 2022 até outubro de 2023, no formato remoto. O estágio, não obrigatório e obrigatório, é essencial para a jornada acadêmica do universitário, auxiliando-o a ser inserido no mercado de trabalho, aplicando na prática teorias aprendidas em sala de aula.

A GPeS foi fundada em 2009 e, desde então, tem-se consolidado como uma das principais agências de comunicação e *marketing* especializadas no setor de saúde. Sua *expertise* se destaca por reunir profissionais altamente capacitados em comunicação e saúde, o que confere à empresa um diferencial na identificação de oportunidades, nas tendências e no desenvolvimento de conteúdo específico para o setor. A GPeS oferece uma gama de serviços, que incluem desde o planejamento estratégico de comunicação até a execução de campanhas e o posicionamento digital de seus clientes.

O maior estímulo para estagiar na GPeS foi a oportunidade de vivenciar a área da saúde por meio da comunicação, além de ter tido a possibilidade de entender a importância e os impactos das mídias sociais no setor de saúde. A relevância desse estágio foi de proporcionar a vivência de diversas áreas da comunicação, e que, por se tratar de Agência de Comunicação e Marketing, promoveu a experiência que englobou as redes sociais, as estratégias de Relações Públicas, a comunicação interna, o *endomarketing* e muito mais.

No desenvolvimento deste relato, será possível compreender toda trajetória traçada por mim dentro do estágio, apresentando as atividades desenvolvidas, as habilidades adquiridas e o impacto na jornada estudantil. Como poderá ser visto a seguir, esse estágio foi uma das experiências mais enriquecedoras que tive na

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional
ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

graduação. Para Souza, Bonela e Paula (2007), o estágio surge como um processo fundamental na formação do acadêmico, pois é a forma de fazer a transição da condição de acadêmico para a condição de profissional. Antes de comentar diretamente sobre a experiência do estágio, acredito ser importante abordar sobre a criação de valor proporcionada pelas mídias sociais na área da saúde.

Mídias Sociais e Saúde

O uso das mídias sociais no setor da saúde tornou-se uma ferramenta indispensável para promover uma comunicação rápida, eficiente e acessível entre instituições de saúde e seu público de interesse. As plataformas digitais, como Instagram, Facebook e X, desempenham um papel fundamental ao permitir que empresas e organizações do setor mantenham um canal de comunicação direto e em tempo real com seus pacientes, parceiros e outros públicos, ou seja, as mídias sociais possibilitaram uma comunicação mais efetiva e acessível entre as partes envolvidas, pois é um meio de comunicar sobre sua empresa, seu trabalho, seus serviços e seus informativos:

> As mídias sociais transformaram o setor de saúde em um sistema mais centrado no paciente. Argumenta-se que, nos últimos anos, plataformas como Instagram, Facebook e Twitter mudaram drasticamente o cenário do setor de saúde, influenciando diretamente os processos de prestação de serviços dos provedores desse setor (Hawkins, 2016, p. 25).

No contexto da GPeS, que se especializou na comunicação voltada para a área da saúde, as mídias sociais são vistas como uma poderosa ferramenta de disseminação de informação de qualidade. As mídias sociais não apenas ajudam a fortalecer a marca e o posicionamento digital dos clientes, mas também oferecem a oportunidade de educar o público sobre temas essenciais relacionados à saúde. Isso inclui campanhas de conscientização sobre doenças, práticas preventivas e orientações de bem-estar, além de proporcionar uma interação constante com o público, que pode tirar dúvidas e compartilhar suas experiências.

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

Uma das principais vantagens das mídias sociais na saúde é a capacidade de amplificar mensagens com rapidez e precisão. Além de seu papel na disseminação de informações, as mídias sociais se tornaram um canal crucial para a construção de confiança e de credibilidade no setor de saúde. A comunicação digital permite que instituições de saúde, profissionais e empresas do setor mantenham um diálogo contínuo com seus públicos, esclarecendo dúvidas e oferecendo orientações preventivas:

> Além disso, os pacientes agora apresentam novas características: são mais participativos, buscam informações de saúde on-line, estão mais dispostos a aceitar a tecnologia nos procedimentos de saúde e querem uma experiência de qualidade nos hospitais (Buccoliero, 2015, p. 34).

Esse relacionamento direto com os pacientes e com consumidores não só melhora a experiência do usuário, mas também fortalece a reputação das marcas e das instituições envolvidas. As plataformas digitais são, portanto, ferramentas indispensáveis na promoção de uma comunicação mais eficaz e humanizada em saúde.

Quando bem gerenciadas, as mídias sociais têm o potencial de se tornar um espaço de diálogo aberto e constante, onde a troca de informações entre as organizações de saúde e o público resulta em maior conscientização, adesão a práticas preventivas e melhoria na qualidade de vida. Nesse cenário, as mídias sociais não apenas ampliam o alcance das mensagens de saúde, mas também desempenham um papel educativo fundamental, impactando diretamente a saúde pública e o bem-estar coletivo. Basicamente é o que foi visto acontecer de perto pelo autor deste artigo com a empresa GPeS.

É importante frisar a importância de uma abordagem inovadora para as empresas do setor da saúde que, ao integrar as redes sociais na sua estratégia, podem obter informações sobre o relacionamento com seus clientes e os outros públicos. Em um ambiente de competitividade, como o setor da saúde, as mídias sociais oferecem uma oportunidade para empresas que ainda não possuem uma visão de mercado totalmente definida. O conceito de “cocriação” de valor definido pelas mídias sociais vai

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional
ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

além da promoção de produtos ou serviços. Ele envolve o uso dessas plataformas como um espaço de colaboração onde as organizações podem interagir com os pacientes e demais públicos de interesse de forma mais direta, abrindo canais para *feedback*, para sugestões e para trocas de experiências. A cocriação de valor nas mídias sociais é caracterizada pela interação entre empresas, clientes e outros públicos, transformando essas plataformas em canais colaborativos para a construção de experiências e de relações sociais. Essa abordagem amplia o engajamento dos públicos de interesse, permitindo trocas que resultam em comprometimento e lealdade à marca (Carvalho, 2018)

Esse engajamento permite uma troca contínua de valor entre as partes envolvidas, facilitando uma visão mais precisa das necessidades e das expectativas do público. As empresas que adotam essa abordagem conseguem adaptar suas práticas, produtos e serviços de maneira mais ágil, moldando suas ofertas de acordo com as demandas expressas pelo público em tempo real:

> As redes sociais possibilitam a participação de múltiplos agentes, contribuindo para o desenvolvimento de políticas públicas de saúde ao ampliar o acesso a dados e promover o diálogo entre especialistas e usuários dos sistemas de saúde. Essa dinâmica favorece a credibilidade e a legitimidade das ações, qualificando processos políticos relacionados a problemas de saúde. (Marques et al., 2023, p. 30)

Além disso, o estudo de mercado mediado pelas mídias sociais proporciona às empresas de saúde uma visão aprofundada dos comportamentos, das preocupações e dos desejos dos consumidores. Ao acompanhar discussões, comentários e interações nas redes sociais, é possível identificar tendências emergentes, tópicos de interesse em saúde pública e até mesmo detectar problemas que afetam diretamente a experiência do usuário. Esse tipo de análise permite que as empresas se posicionem de maneira mais proativa, oferecendo soluções personalizadas e aumentando a satisfação do cliente.

E essa criação de valor por meio das mídias sociais também tem um impacto direto no desenvolvimento de produtos e serviços mais alinhados às expectativas do mercado. No setor da saúde, isso pode se traduzir em campanhas de conscientização

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional
ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

mais eficazes, melhorias em serviços de atendimento ao paciente e até no desenvolvimento de tecnologias ou tratamentos mais direcionados às reais necessidades do público. De acordo com Coneglian (2018) a capacidade de adaptação e de resposta às demandas dos usuários está diretamente relacionada à eficiência na gestão dos serviços de saúde. Essa abordagem permite atender às expectativas de maneira mais alinhada com as necessidades reais da população, promovendo maior inclusão e participação no cuidado à saúde.

Para empresas de saúde que ainda não possuem uma visão clara de mercado, as mídias sociais oferecem uma abordagem atual e estratégica para superar essa limitação. Ao integrar os conceitos teóricos de valor assistido por essas plataformas, as instituições conseguem não só entender melhor o seu público, mas também construir relacionamentos mais fortes que impactam na qualidade dos serviços e na percepção de valor por parte dos consumidores.

A importância do estágio não obrigatório e obrigatório na formação

O estágio é uma das práticas educacionais mais importantes no processo formativo dos estudantes de nível superior. De acordo com a Lei nº 11.788/2008, que regulamenta a atividade no Brasil, o estágio é definido como “um ato educativo supervisionado, realizado no ambiente de trabalho". Essa experiência é projetada para preparar o aluno para o mercado de trabalho, promovendo o aprendizado prático e a imersão em atividades profissionais que complementam o conhecimento teórico adquirido em sala de aula. Diante do exposto, Souza (1999) afirma que a formação deve estar comprometida com a construção do conhecimento e a vida profissional.

O estágio pode ser obrigatório, quando faz parte da matriz curricular, ou não obrigatório, que é uma atividade opcional, mas igualmente relevante para a formação do estudante. É interessante notar que o estágio não obrigatório tem um caráter opcional, podendo ser realizado paralelamente às atividades acadêmicas, desde que não interfira negativamente no desempenho escolar do aluno. Dessa forma, o estágio

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

não obrigatório representa uma oportunidade importante para o aluno, pois oferece a chance de aplicar conhecimentos teóricos em situações reais, ampliando suas habilidades e desenvolvendo novas competências.

Para Souza, Bonela e Paula (2007), o estágio surge como um processo fundamental na formação do acadêmico, pois é a forma de fazer a transição da condição de acadêmico para a condição de profissional.

No contexto do curso de Relações Públicas, o estágio desempenha um papel essencial na preparação do futuro profissional. De acordo com o Projeto Político-Pedagógico do Curso (PPC) de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), tanto o estágio obrigatório quanto o não obrigatório são componentes importantes da formação dos alunos. O estágio não obrigatório, em particular, é uma atividade opcional que oferece uma experiência complementar à carga horária acadêmica, somando-se a outras práticas como atividades de extensão, de pesquisa e de monitoria.

Apesar de não ser parte mandatória do currículo, o estágio não obrigatório é recomendado, pois oferece ao aluno uma experiência prática relevante para melhorar sua qualificação profissional. Por outro lado, o estágio obrigatório visa a "estimular a reflexão teórico-prática sobre o exercício profissional de Relações Públicas nos campos de estágio, oferecendo subsídios para o discente aprofundar seu conhecimento sobre o instrumental técnico-operativo de trabalho de Relações Públicas". (Curso de Relações Públicas da UFAM, 2012, p. 9).

O estágio obrigatório é ofertado no sexto semestre, sendo necessário o cumprimento de 210 horas de atividades em uma organização pública, privada, do terceiro setor ou em algum setor da própria UFAM sob a supervisão de um orientador docente do curso de Relações Públicas e um supervisor de campo. Dessa forma, o estágio supervisionado busca "aproximar o aluno do mercado de trabalho, para assim aplicar e desenvolver habilidades e competências discutidas em sala de aula" (Curso de Relações Públicas da UFAM, 2012, p. 9).

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

A prática do estágio permite ao aluno desenvolver as competências e as habilidades necessárias para atuar com sucesso na área de comunicação, com foco na construção de relacionamentos entre as organizações e seus públicos. Silva e Teixeira (2013) afirmam que o estágio é crucial para a formação profissional, pois promove empregabilidade e aproxima os acadêmicos do mercado de trabalho.

Um dos maiores benefícios do estágio não obrigatório para os alunos de Relações Públicas é a oportunidade de se envolver diretamente com a dinâmica do mercado. Nas atividades de estágio, o estudante tem contato com diversas práticas da profissão, como o planejamento de campanhas de comunicação, a criação de conteúdo para mídias sociais, a organização de eventos e o gerenciamento de crises. Essas práticas complementam o aprendizado acadêmico e aprofundam o entendimento das estratégias de comunicação organizacional.

O autor desse artigo por meio de suas vivências acredita que o estágio não obrigatório permite ao aluno de Relações Públicas desenvolver habilidades essenciais, como adaptação, resolução de problemas e trabalho em equipe. Bem como a oportunidade de aprimorar a comunicação interpessoal, crucial na área de Relações Públicas. A prática ajuda a entender as demandas do mercado, expectativas dos clientes e tendências da comunicação digital, como mídias sociais e *marketing* de influência.

No cenário atual, as mídias sociais têm-se consolidado como um dos principais campos de atuação para profissionais de Relações Públicas. A utilização dessas plataformas para gerenciar a comunicação entre as organizações e seus públicos tornou-se uma prática comum e indispensável. O estágio não obrigatório oferece ao estudante a oportunidade de se familiarizar com as diversas ferramentas e técnicas de comunicação digital, como a criação de conteúdo direcionado, o monitoramento de redes sociais e a análise de métricas. Esse contato direto com as mídias sociais durante o estágio permite ao aluno adquirir uma visão prática das estratégias de comunicação digital, complementando o conhecimento teórico adquirido no curso.

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional
ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

Dessa forma, o estágio não obrigatório no curso de Relações Públicas, especialmente em áreas como as mídias sociais, desempenha um papel fundamental na formação do aluno, preparando-o para os desafios do mercado de trabalho. A experiência de imersão em um ambiente profissional contribui para o desenvolvimento de competências que vão além da sala de aula, como a capacidade de inovar, liderar projetos e trabalhar com prazos e metas definidos. A aplicação dos conhecimentos teóricos na prática permite ao estudante uma compreensão mais clara das exigências do mercado e das habilidades que precisam ser desenvolvidas para atuar de forma eficiente no setor de comunicação.

Experiência do Estágio na GPeS

A experiência do estágio na GPeS – uma agência especializada em comunicação e marketing na área da saúde – ofereceu a mim uma oportunidade única como estudante de Relações Públicas de vivenciar a dinâmica do mercado de trabalho. O estágio, que durou de 2022 e 2023, no formato remoto, possibilitou-me um aprendizado significativo, não só sobre o setor de saúde, mas também sobre as práticas de comunicação, especialmente no contexto das mídias sociais, que se mostraram fundamentais para o desenvolvimento da empresa e de seus clientes.

No cotidiano da agência, atuava como parte integrante da equipe de mídias sociais, sendo responsável por diversas atividades fundamentais para o bom funcionamento das estratégias de comunicação digital. Entre as principais demandas estavam o planejamento de conteúdo mensal para as redes sociais, a organização de materiais no calendário editorial, a elaboração de *briefings* para o *designer* responsável pela criação das peças gráficas, a revisão da escrita dos textos e a postagem nas plataformas digitais da GPeS e de seus clientes. Essa rotina exigia um alto nível de organização e atenção aos detalhes, especialmente porque o setor de saúde demanda uma comunicação precisa e técnica. A produção de conteúdos era direcionada para públicos específicos, como pacientes, profissionais de saúde e instituições do setor. Por

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional
ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

isso, o rigor na validação das informações era essencial para garantir que os materiais estivessem em conformidade com as diretrizes das empresas e com as boas práticas de comunicação para o público em questão. Um dos projetos mais legais de ter vivenciado foi sobre Inteligências Artificiais: a agência pediu que fosse criada uma postagem falando sobre tal tema dentro do nosso cotidiano; fiz toda a parte de pesquisa para coleta de dados, reuni as principais informações, organizei o uso de fato das IAs. Em seguida, fiz o direcionamento para o *designer* e depois aprovei com a minha supervisora uma data para a postagem.

A atuação nas mídias sociais dentro da GPeS proporcionou uma experiência prática da aplicação das disciplinas de Relações Públicas no ambiente corporativo. A partir de conhecimentos adquiridos em sala de aula, como nas disciplinas de Planejamento em Relações Públicas I e II e Laboratório de Comunicação, fui capaz de colaborar diretamente na construção das estratégias de comunicação da empresa. Essas disciplinas ensinaram técnicas fundamentais para o desenvolvimento de campanhas de comunicação eficazes, alinhando os objetivos da empresa com as expectativas do público de interesse.

A seguir um exemplo prático de umas das peças desenvolvidas durante o estágio, experiência citada acima. A ideia foi a união da inteligência humana e a artificial para a entrega mais efetiva de um projeto.

Figura 1: *card* do *feed* das redes sociais da GPeS

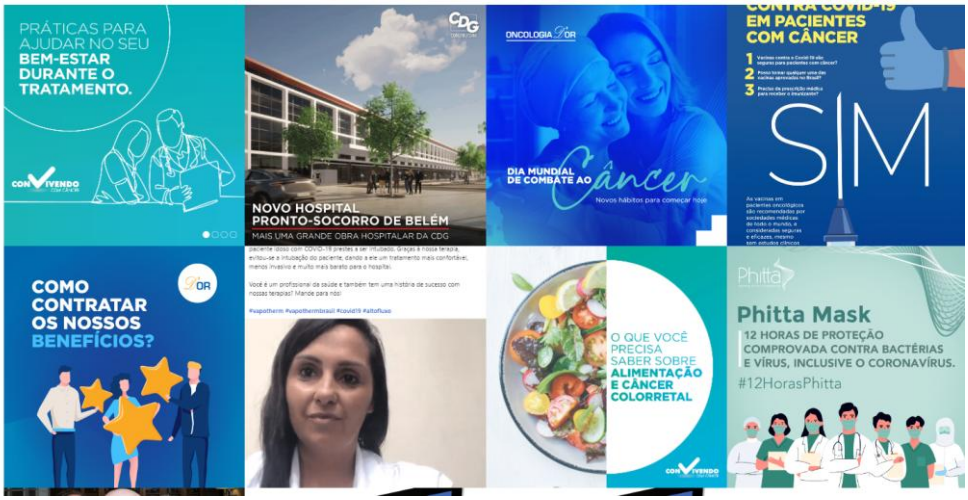
Fonte: GPeS

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

No campo das mídias sociais, a disciplina de Produção Textual para Meios Eletrônicos e Digitais foi essencial para a adaptação do conteúdo aos diversos formatos digitais, respeitando as particularidades de cada plataforma, como Instagram, Facebook e LinkedIn. A habilidade de redigir textos concisos e envolventes, otimizados para as mídias sociais, contribuiu para o aumento da relevância dos perfis geridos pela GPeS, bem como para a melhoria do engajamento com o público. Além disso, a disciplina Linguagens da Comunicação foi aplicada no desenvolvimento de uma comunicação visual e verbal coesa, essencial para manter a consistência e a identidade das marcas em todas as interações com o público.

No dia a dia do estágio também tive a oportunidade de participar de reuniões estratégicas e discutir campanhas com os líderes da agência. A experiência em Planejamento em Relações Públicas mostrou a importância do planejamento estruturado para atingir os objetivos das campanhas e alinhar as mensagens às necessidades dos clientes da GPeS.

Figura 2: *Cards* do *feed* das redes sociais da GPeS



Fonte: GPeS

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

A aplicação de análise de concorrência e *benchmarking*, aprendida no curso de Relações Públicas, ajudou a melhorar as campanhas de comunicação digital, gerando conteúdos mais relevantes e inovadores para os clientes da agência. Além disso, a capacidade de interpretar métricas e resultados de engajamento nas redes sociais possibilitou a adaptação e otimização das estratégias, garantindo a eficácia das campanhas e dos relatórios de resultados.

Além disso, pude observar como as Relações Públicas desempenham um papel estratégico na manutenção da reputação das empresas, especialmente no setor de saúde, onde a confiança do público é crucial:

> A manutenção da reputação da instituição prestadora de cuidados de saúde e a gestão das relações com os diferentes públicos, internos e externos, são fatores centrais para o bom desempenho das relações públicas, especialmente no contexto hospitalar, onde a confiança é essencial para o fortalecimento do relacionamento com os diversos stakeholders (Gouveia, 2009, p. 35)

A interação contínua com profissionais de diversas áreas e o acompanhamento das demandas dos clientes me permitiram compreender como a comunicação integrada, seja interna ou externa, contribui para a construção de uma imagem sólida e confiável.

O estágio na GPeS representou uma oportunidade prática para o desenvolvimento de competências fundamentais para o futuro profissional desta estudante de Relações Públicas. A vivência diária na agência, mesmo que de forma remota, permitiu a aplicação de maneira concreta dos conhecimentos teóricos adquiridos ao longo da graduação, além de aprender novas habilidades relacionadas ao mercado digital e à comunicação no setor de saúde. Essa experiência prática foi essencial para o aperfeiçoamento das habilidades em comunicação, do planejamento e da execução de campanhas, bem como para o desenvolvimento de uma visão estratégica e analítica, características indispensáveis para atuar com sucesso na área de Relações Públicas.

Considerações finais

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional
ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

A experiência do estágio não obrigatório permite que o aluno de Relações Públicas desenvolva e aperfeiçoe suas habilidades, proporcionando uma vivência prática que complementa a formação teórica. Ao permitir que o estudante participe ativamente de atividades profissionais, o estágio proporciona uma experiência que facilita a transição da vida acadêmica para o mercado de trabalho, garantindo uma formação mais completa e alinhada às demandas atuais da área de comunicação.

O estágio não obrigatório realizado na GPeS - Agência de Comunicação e Marketing especializada na área da saúde - proporcionou uma experiência prática importante para a formação do estudante de Relações Públicas. A vivência no ambiente profissional permitiu aplicar, de maneira efetiva, os conhecimentos adquiridos ao longo da graduação, especialmente nas áreas de planejamento, de produção de conteúdo e de gestão de mídias sociais.

Ao longo da trajetória, ficou evidente a relevância das mídias sociais no setor de saúde, onde a precisão da informação e a comunicação eficaz são essenciais para a construção de credibilidade e confiança. A GPeS, com sua expertise e seu foco no mercado de saúde, destacou-se por criar soluções comunicacionais que alinham as necessidades de seus clientes às expectativas dos seus públicos, confirmando o papel estratégico da comunicação digital nesse segmento.

As atividades desenvolvidas no estágio, como o planejamento de conteúdo, a gestão de estratégias de comunicação digital e a análise de resultados, contribuíram para o desenvolvimento de competências técnicas e interpessoais, além de proporcionar uma imersão no mercado de trabalho. Esse processo não apenas solidificou o conhecimento teórico aprendido no curso de Relações Públicas, como também possibilitou o desenvolvimento de habilidades práticas, como o trabalho em equipe, a organização de tarefas e a gestão do tempo.

A importância do estágio, tanto obrigatório quanto não obrigatório, foi reafirmada ao longo dessa experiência e desse relato, sendo um componente essencial para a formação do estudante e sua inserção no mercado de trabalho. O estágio permite

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

que os futuros profissionais adquiram uma compreensão profunda dos desafios e oportunidades do setor em que pretendem atuar, além de desenvolverem habilidades que serão fundamentais para sua atuação futura.

Por fim, a experiência vivida na GPeS foi enriquecedora não apenas por permitir o contato direto com o mercado de comunicação em saúde, mas também por promover o desenvolvimento de uma visão estratégica sobre o papel das Relações Públicas na era digital. O estágio foi, sem dúvida, um marco significativo na formação acadêmica e profissional, preparando a estudante para os próximos passos de sua carreira com uma base sólida de conhecimentos e experiências.

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

Referências

BRASIL. **Lei nº 11.788/2008**, DF, Brasília, 2008. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11788.htm. Acesso em 25 de out. 2024

BUCCOLIERO, Luca et al. A marketing perspective to "delight" the "patient 2.0": new and challenging expectations for the healthcare provider. **BMC Health Services Research**, v. 16, n. 1, p. 47, 9 fev. 2016.

CARVALHO, Fabiana Miranda Reis de. **Mídias sociais e cocriação de valor: Análise sobre práticas cocriativas no contexto de uma organização sem fins lucrativos.** 2018. 102 f. Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Administração – Mestrado Profissional) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, 2018. Disponível em https://tede.unioeste.br/handle/tede/3881. Acesso em: 10 dez. 2024.

CONEGLIAN, Tatiane Veteri et al. Gestão da demanda em saúde: qualidade do serviço oferecido na visão dos usuários. **CuidArte, Enferm**, p. 204–210, 2018.

CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DA UFAM. **Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas**. Manaus, 2012. Disponível em https://rp.ufam.edu.br/documentos-do-curso.html. Acesso em 19 de nov .2024.

GOUVEIA, Ana Paula Matias. Relevância do profissional de relações públicas nas unidades de saúde. 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.6/1247>. Acesso em: 12 jun. 2025.

HAWKINS, J.B. Measuring patient perceived quality of care in US hospitals using twitter. **BMJ Journal**, 25(6), 404-413. (2016). Disponível em https://qualitysafety.bmj.com/content/25/6/404.abstract. Acesso em: 01 out. 2024.

SILVA, Cláudia Sampaio Corrêa da; TEIXEIRA, Marco Antônio Pereira. Experiências de Estágio: Contribuições para a Transição Universidade-Trabalho. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, v. 23, p. 103–112, abr. 2013.

MARQUES, Ivan Luís; PERES, Carlos Augusto Grabois; FORGIARINI, Natalia. Redes sociais e saúde pública: perspectivas e desafios na era digital. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, v. 13, n. 2, p. 456-470, 2023. Disponível em https://doi.org/10.1590/1413-812320182310.15872018. Acesso em: 10 dez. 2024.

SOUZA, Jânua Coely Andrade; BONELA, Luciane Aparecida; PAULA, Alexandre Henriques. A Importância do Estágio Supervisionado na Formação do Profissional De

Revista de Relações Públicas e Comunicação Organizacional

ISSN: 2594 - 9136
Revista Conexões
Manaus, Vol. 08, 2025
Relato de experiência

Educação Física: Uma Visão Docente e Discente. **Colloquium Humanarum**, Presidente Prudente, v. 5, n. 1, p. 74-83, jun. 2008. Disponível em https://journal.unoeste.br/index.php/ch/article/download/276/579. Acesso em 06 out. 2024

LAVALL, Jaqueline; BARDEN, Júlia Elisabete. Estágio não obrigatório: contribuições para a formação acadêmica e profissional do estudante da UNIVATES. **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**, p. 47–68, 28 maio 2014.