

## **DIVULGAÇÃO DE CURSO EM REDES SOCIAIS: PRODUÇÃO DE GUIA PARA A GESTÃO DE RELACIONAMENTOS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA**

**WESLEI DA SILVA LACERDA<sup>1</sup>; CAROLINE CASALI<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [wesleilacerda@gmail.com](mailto:wesleilacerda@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [carolcasali@gmail.com](mailto:carolcasali@gmail.com)

### **1. INTRODUÇÃO**

De acordo com Henriques (2019), a comunicação da universidade pública deve cumprir com três dimensões – comunicação para a universidade como organização, como comunidade e como projeto (de nação e de sociedade que queremos). Nesse sentido, justificam-se ações para o diálogo dos cursos de graduação e de pós-graduação com seus públicos de interesse, para divulgação de suas atividades e divulgação de produções técnico-científicas na valorização da universidade pública, gratuita e de qualidade.

Nesse sentido, em 2022, foi criado o projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública”, que envolve práticas de ensino, pesquisa e extensão em Comunicação Organizacional e Comunicação Pública a partir do Curso de Gestão Pública da Universidade Federal de Pelotas. O projeto, com ênfase em extensão, visa a constituir espaços de diálogo do Curso de Gestão Pública com seus públicos de interesse. Para isso, já desenvolveu a identidade visual do Curso<sup>1</sup>, criou um Guia do Ingressante em Gestão Pública<sup>2</sup> e reorganizou o site do Curso, contemplando espaços para memória institucional<sup>3</sup>, divulgação de eventos e produções acadêmicas<sup>4</sup> e disponibilização de informações importantes para a gestão da vida estudantil<sup>5</sup>.

No ano de 2024, as principais ações do projeto referem-se à produção de Guia em Comunicação Pública para a criação e atualização de espaços online (site e sites de redes sociais) para promoção do Curso, divulgação científica e valorização da memória institucional. Neste trabalho, apresentamos a ação de elaboração de um guia de redes sociais para a criação e gestão de um perfil do Curso de Gestão Pública na rede social Instagram. Considera-se que as ações de extensão relacionadas à divulgação do Curso e de suas produções à comunidade em geral demandam um planejamento cuidadoso, que contemple o respeito aos princípios da comunicação pública e protocolos de gestão que observem a qualidade da comunicação organizacional independente de quem esteja integrando o projeto em cada período.

---

<sup>1</sup> A identidade visual do Curso foi elaborada por meio de concurso aberto a toda a Universidade Federal de Pelotas para seleção da marca. O histórico deste processo está disponível aqui: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/identidade-visual/>.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/files/2023/11/Guia-do-Ingressante-em-GP.pdf>.

<sup>3</sup> Nas abas “O Curso” e “Currículo”, a comunidade em geral pode acessar todas as informações relacionadas ao Curso de Gestão Pública (regimentos, portarias, resoluções, atas, currículos antigos etc.). Disponível aqui: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/>.

<sup>4</sup> A página inicial do site contempla espaço para publicação de notícias e eventos. Exemplo: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/2024/09/13/evento-sobre-fake-news-no-processo-eleitoral/>.

<sup>5</sup> Na aba “Sou aluno(a)”, estudantes têm acesso a todas as informações necessárias para integralização do Curso e podem solicitar registro de estágio e/ou atividades complementares. Exemplo: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/atividades-complementares/>.

## **2. METODOLOGIA**

O processo de levantamento de dados foi realizado pelos quatro integrantes do projeto de extensão, com a identificação de fatores relacionados à comunicação interna e externa de Universidades Públicas e Universidades Privadas por meio de seus perfis em sites de redes sociais.

Cada integrante do projeto realizou a leitura flutuante dos perfis de universidades em redes sociais. A leitura flutuante é um processo pelo qual o pesquisador se debruça a conhecer e reconhecer o material, é uma etapa em que se criam as primeiras impressões sobre o que encontrou (BARDIN, 2016).

O resultado dessa leitura flutuante foi a identificação de elementos na gestão da comunicação de universidades em redes sociais: se possuem um design organizado e harmonioso, uma presença frequente, textos coerentes e atrativos, engajamento, criatividade e originalidade, e se representam a comunidade acadêmica e promovem a divulgação científica.

Essa identificação possibilita, como próxima etapa do projeto de extensão, a identificação de como cada uma das 69 universidades federais brasileiras se comunica pelo site de rede social Instagram – plataforma escolhida para compor o relacionamento do Curso de Gestão Pública com seus públicos de interesse.

## **3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS**

Os resultados do projeto ainda estão em andamento, porém através das análises já realizadas, podemos indicar que há bastante variedade na gestão da comunicação das universidades em sites de redes sociais. Podemos analisar que ainda há muitas universidades que possuem uma comunicação sem êxito e, por outro lado, há algumas instituições que demonstram criatividade, originalidade e diversidade em sua comunicação, com exemplos a serem considerados para a comunicação empreendida pelo Curso de Gestão Pública com seus públicos de interesse.

Para próxima etapa do projeto de extensão, com o objetivo de desenvolver os guias de comunicação que vão nortear a criação e a manutenção do perfil do Curso no Instagram, foi criada uma tabela no Excel, com as 69 universidades federais brasileiras divididas por região, para a identificação dos elementos encontrados na leitura flutuante. Nesta próxima etapa do projeto, serão 13 voluntários já selecionados atuando no levantamento dos dados.

Esse levantamento mais sólido possibilitará a compreensão das informações necessárias para o desenvolvimento do projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública” em suas etapas restantes, especialmente a criação de guia para comunicação em redes sociais do Curso de Gestão Pública, criação e manutenção do perfil do Curso no site de rede social Instagram, com vistas à produção de bons relacionamentos do Curso com seus públicos de interesse.

## **4. CONSIDERAÇÕES**

Os objetivos propostos no projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública” vem sendo executados em diferentes etapas. Com a estruturação do site do Curso já efetivada, através do projeto, bem como elaborada a identidade visual do Curso, a próxima etapa do projeto diz respeito à manutenção de relacionamento do Curso com seus públicos de interesse, especialmente pelo perfil do Curso no Instagram. Para isso, a etapa do projeto aqui descrita foi essencial, conduzindo a pesquisa necessária para a elaboração de guias de comunicação. Nosso intuito é fomentar a divulgação do Curso e de suas produções técnico-científicas, relacionando os estudantes, a Instituição de Ensino Público e a comunidade em geral.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo, SP: Edições 70, 2016.

HENRIQUES, Márcio Simeone. A comunicação da universidade em três dimensões institucionais. In: MUSSE, Christina Ferraz (org.). **Comunicação e universidade: reflexões críticas**. Curitiba: Appris, 2019. p. 78-90.