

COMO ELABORAR UM GUIA PARA MÍDIAS SOCIAIS DA GRADUAÇÃO: EXPERIÊNCIA DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

GABRIEL BRUNO DINIZ¹; JENNIFER GUTIERREZ²; JULIA CANDIA³; RUBIANI KLUG⁴; CAROLINE CASALI⁵

¹*Universidade Federal de Pelotas – gbddocumentos@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – jennifergutierrezfju@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – juhcandia6@gmail.com*

⁴*Universidade Federal de Pelotas – rubianihellwigklug@gmail.com*

⁵*Universidade Federal de Pelotas – carolcasali@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública da Universidade Federal de Pelotas conta, desde agosto de 2025, com um Guia para Site e Mídias Sociais, um documento que apresenta diretrizes para redação, conteúdo e design das publicações do Curso em seu site oficial e em seu perfil na mídia social Instagram. Este trabalho apresenta o processo de elaboração do Guia, a partir do projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública”.

Barichello (2019) lembra que é nas práticas cotidianas de comunicação que a instituição universitária interage com seus interlocutores, constrói sua identidade e consequente legitimidade. As práticas de comunicação de uma universidade pública, por sua vez, precisam ser regidas pelos princípios da transparência, publicidade e im pessoalidade e devem priorizar sempre o interesse público. Por isso, é importante estabelecer regramentos que possam qualificar a comunicação e garantir que o relacionamento entre universidade e comunidade será balizado pelo caráter institucional.

Vale ressaltar que a Constituição Federal de 1988 entende os cidadãos como indivíduos dotados de direitos e possuidores de qualificações para influenciarem as decisões do Governo (Medeiros; Chirnev, 2021). Sabendo disso, o presente trabalho relata a experiência dos integrantes do projeto de extensão e da comunidade do Curso de Gestão Pública na elaboração de seu Guia para Site e Mídias Sociais, por meio de processo democrático que resultou em um produto capaz de qualificar a relação da universidade com a sociedade, de forma técnica, segura e inclusiva.

2. METODOLOGIA

O Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública foi elaborado por nove estudantes do projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública”, sob orientação da Profa. Dra. Caroline Casali. As pesquisas para a produção do Guia iniciaram em 2024, a partir do levantamento de textos semelhantes de outras instituições de ensino superior brasileiras. Foram pesquisados, especialmente, documentos relacionados a mídias sociais nos portais das 69 universidades federais do país.

Todos os documentos foram lidos e, deles, foram copiados trechos que pudessem interessar à comunicação do Curso de Gestão Pública. Esses trechos foram compilados em um documento de edição coletiva, disponível para colaboração dos membros do projeto de extensão. De março a maio de 2025, os

integrantes do projeto editaram o documento, que foi finalizado no início de junho de 2025.

Por ocasião da elaboração dessa minuta do Guia, também foram pensados layouts para as postagens. Os voluntários do projeto observaram todos os perfis das 69 universidades federais brasileiras no Instagram e selecionaram layouts que fossem relevantes para postagens do Curso. A partir desses layouts selecionados, integrantes do projeto criaram três propostas de design usando o Canva¹. Essas propostas fizeram parte da minuta.

Em julho de 2025, a minuta do Guia originada no projeto de extensão foi avaliada por uma turma de estudantes do Curso de Gestão Pública, durante a disciplina optativa de Tópicos Avançados em Gestão Pública IX, ministrada pela professora Caroline Casali, também coordenadora do projeto.

Os estudantes leram coletivamente a minuta do Guia, destacaram pontos positivos do documento e sugeriram alterações. As sugestões dos estudantes foram apresentadas, posteriormente, aos participantes do projeto de extensão, que contemplaram as mudanças na redação final do documento.

Uma vez elaborado pelo projeto de extensão e revisado pelos estudantes de Gestão Pública, o Guia para Site e Mídias Sociais foi apreciado no Colegiado do Curso, em reunião realizada em 21 de agosto de 2025. Na ocasião, os professores presentes apontaram apenas duas alterações e elogiaram a produção do material, recomendando que fosse apresentado ao Conselho do Centro de Ciências Sócio-Organizacionais, onde se encontra o Curso, para ser adotado na gestão de todas as mídias sociais da unidade.

Realizadas as alterações sugeridas pelos professores, o Guia foi publicado no site oficial do Curso de Gestão Pública, permanecendo disponível para fácil consulta e atualização no link: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/guia-para-site-e-midias-sociais-do-curso-de-gestao-publica/>.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A redação do Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública contemplou as seguintes seções: a) Descrição das mídias do Curso; b) Responsabilidade sobre site e mídias sociais do Curso; c) Públicos de interesse do Curso; d) Relacionamento em mídias sociais do Curso; e) Periodicidade das publicações; f) Formatos das publicações; g) Conteúdos das publicações; h) Linguagem e acessibilidade nas publicações; e i) Direito de imagem. A consideração de outros guias e manuais de universidades federais brasileiras, bem como a observação aos princípios da comunicação pública, foram essenciais em seu desenvolvimento.

O processo de elaboração do Guia iniciou no projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública”, que visa promover diálogos da comunidade do Curso com a sociedade em geral. A ideia do projeto de extensão é, inicialmente, criar parâmetros para os processos comunicacionais do Curso via site e mídias sociais fundados na imparcialidade, transparência, publicidade, diversidade e inclusão e, depois, operacionalizar esses processos, especialmente pela gestão do perfil do Curso na mídia social Instagram.

¹ Plataforma online de design gráfico, disponível em: https://www.canva.com/pt_br/.

Depois de produzido no projeto de extensão, o Guia foi avaliado por discentes do Curso. Os estudantes da disciplina optativa de Tópicos Avançados em Gestão Pública IX, em sala de aula, realizaram a leitura coletiva da minuta do Guia. Então, divididos em grupos, foram convidados a discutir e dissertar sobre os pontos positivos do Guia e apontar necessidades de alterações ou complementações à sua redação.

Os pontos positivos mais ressaltados pela turma foram: o exercício de linguagem acessível e formal; a ancoragem na legislação atual (especialmente na Lei da Linguagem Simples); o compromisso com os princípios da comunicação pública, particularmente a impessoalidade; a preocupação com a acessibilidade; e a praticidade das orientações.

O Guia observa as diretrizes do Projeto de Lei da Linguagem Simples (PL 4399/2021), bem como a Política de Atendimento ao Usuário dos Serviços Públicos (Decreto nº 10.930/2022) e os Direitos do Usuário dos Serviços Públicos (Lei nº 13.460/2017), propondo o emprego de linguagem simples, respeitosa e impessoal. Nesse sentido, o Guia orienta para o uso de frases curtas, diretas e objetivas, com termos técnicos ou científicos traduzidos e explicados para a comunidade. Diante disso, os estudantes corroboram que “a linguagem deve seguir uma comunicação formal e não agressiva, por isso, a linguagem deve ser um ponto central” (Depoimento do Grupo 1).

Durante as discussões sobre o Guia, também foi enfatizada a observação da impessoalidade como ponto essencial. A impessoalidade é um princípio da administração pública que impõe que as atividades desenvolvidas no setor público não podem ser norteadas por interesses pessoais (Sá, 2014). O Guia prevê uma série de orientações sobre conteúdos e gestão de relacionamento em mídias sociais que vão ao encontro do respeito à impessoalidade. Por isso, um dos grupos de discentes destacou como ponto positivo o “comprometido com a comunicação pública: transparência, impessoalidade e interesse coletivo” (Depoimento do Grupo 2). Outro grupo observou ainda que “a adoção dessas diretrizes contribui para a construção de uma comunicação ética, transparente e alinhada com os princípios da universidade” (Depoimento do Grupo 3).

Em relação à acessibilidade, o Guia propõe a descrição das imagens publicadas, o uso de legenda em todos os vídeos e a participação de intérpretes de Libras em lives, visando incluir pessoas com deficiência visual e auditiva. Por isso, os estudantes observaram como ponto positivo também a consideração da acessibilidade.

Como principal objetivo, o Guia define a padronização de conteúdo, formato, layout e redação das postagens voltadas à comunidade interna e externa. Essa padronização contempla definição de cores, fontes, selos, destaques etc., facilitando a produção de conteúdo por qualquer estudante. Por isso, um dos grupos afirmou que “um ponto muito bem elaborado foi a identidade visual, a organização das publicações e o cuidado com a acessibilidade” (Depoimento do Grupo 4).

Os estudantes também sugeriram complementações ao Guia, especialmente relacionadas à proibição de interação do perfil do Curso com perfis de partidos políticos e empresas comerciais, à proposição de formação técnica para as equipes responsáveis pela gestão das mídias sociais do Curso e à criação de mensagem automática como primeiro retorno para as mensagens que chegam ao perfil em privado.

Após as sugestões serem contempladas na redação do documento, o Guia foi submetido ao Colegiado de Curso, que avaliou e aprovou por unanimidade sua

redação, em reunião realizada em 21 de agosto de 2025. Com essa validação, o Guia para Site e Mídias Sociais passou a ser um documento oficial do Colegiado de Curso, disposto em seu site de maneira simples (em texto corrido), na aba “O Curso”, de forma que possa ser consultado e atualizado sempre que necessário.

Os benefícios desse processo com ampla participação na produção do Guia podem ser evidenciados pela entrega de um documento qualificado e com orientações que otimizam a produção de conteúdo a partir do Curso. Foi observado que a participação dos discentes e docentes na construção do Guia qualificou o documento e intensificou o senso de pertencimento e o compromisso com uma comunicação mais imissional, transparente e inclusiva da universidade com a sociedade.

4. CONSIDERAÇÕES

A elaboração do Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública foi realizada com ampla participação da comunidade do Curso, em um processo democrático que refletiu conteúdos estudados no Curso e produziu um documento que qualifica sua comunicação com a sociedade.

Os depoimentos de estudantes sobre o Guia legitimam o documento como uma ferramenta que garante o fortalecimento da transparência, da gestão da informação, da padronização da comunicação e da inclusão no âmbito acadêmico. Os elementos destacados pelos discentes – como a linguagem simples e formal, a imissionalidade, o compromisso com a comunicação pública e o olhar para a inclusão – demonstram que o produto vai além de um material técnico, sendo observado como uma experiência de consolidação de boas práticas comunicacionais para o interesse coletivo.

Por fim, destaca-se que o Guia, com o objetivo central de padronizar a comunicação para qualificar o relacionamento do Curso com públicos de interesse, abre caminhos para novas relações entre o Curso e a sociedade em geral.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARICELLO, Eugênia Mariano. A comunicação da universidade: legitimação, territorialidades e identidades institucionais. In: MUSSE, Christina Ferraz. **Comunicação e Universidade:** reflexões críticas. Curitiba: Appris, 2019. p.65-86.

CASALI, Caroline (org.). **Guia para atuação em site e mídias sociais do Curso de Gestão Pública.** Pelotas: [s.n.], 2025. Revisado e atualizado em agosto de 2025. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/guia-para-site-e-midias-sociais-do-curso-de-gestao-publica/>. Acesso em: 26 de agosto de 2025.

MEDEIROS, Armando; CHIRNEV, Lilian (org.). **Guia de comunicação pública. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública,** 2021. Disponível em: GUIA-DE-COMUNICACAO-PUBLICA.pdf. Acesso em: 14 de agosto de 2025.

SÁ, Rodrigo Moraes. **O princípio constitucional da imissionalidade,** 2014. Disponível em: [artigo_cientifico_o_princípio_constitucional_da_imissionalidade_oficial_enviar_2014.pdf](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01532014000100001&lng=pt&format=pdf). Acesso em: 14 de agosto de 2025.