
Comunicação Pública e Estratégias de Divulgação: a plataforma online de coleta de demandas da UFSM¹

Maira Trindade da SILVA²
Jaqueline Quincozes KEGLER³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

O tema deste artigo é a plataforma online de coleta de demandas da comunidade externa, lançada pela Universidade Federal de Santa Maria. O objetivo geral desta pesquisa é analisar as estratégias de divulgação dessa plataforma, a partir dos pressupostos da Comunicação Pública. Além de buscar compreender a ligação entre Comunicação, Universidade e Extensão. A abordagem metodológica deste estudo é uma pesquisa exploratória, que utiliza a ferramenta do Google Alerta, e realiza uma análise crítica e interpretativa acerca do tema, a fim de gerar apreensões e considerações para estudos futuros e novas metodologias sobre a temática. É possível notar que muitas melhorias na questão da divulgação desta plataforma podem ser exploradas, qualificando a comunicação voltada para a divulgação científica e o desenvolvimento regional.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; Extensão; Plataforma Online; Universidade.

1. Introdução

Muitas vezes, dentro de uma Universidade encontramos dificuldades para tornar o conhecimento e o conteúdo produzido dentro do meio acadêmico conhecido. Porém, diversas estratégias comunicacionais podem ser lançadas na intenção de aproximar e instigar a sociedade a conhecer e participar das ações desenvolvidas pelas instituições de ensino. Partindo desta ideia, este artigo tem o objetivo de analisar as estratégias comunicacionais de divulgação da plataforma online de coleta de demandas de Extensão e da consulta aberta à comunidade, lançada pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), em 2018, a partir dos pressupostos de Comunicação Pública.

¹ Trabalho apresentado no IJ03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Acadêmica de Relações Públicas da Facos – UFSM, e-mail: maira.trindade@acad.ufsm.br.

³ Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas da Facos – UFSM, e-mail: jaqueline.kegler@ufsm.br.

Para chegar a tal objetivo dividimos o artigo em três etapas. Na primeira delas apresentamos os pressupostos da Comunicação Pública⁴ a partir de Brandão (2012), em que a autora apresenta a temática como um conceito amplo e em construção. E além do processo de construção do conceito de CP, torna-se relevante apresentar a perspectiva de Monteiro (2012), que apresenta as singularidades dessa concepção teórica e sua ligação com a construção da cidadania.

Em um segundo instante, trabalhamos com a relação Universidade, Comunicação e Extensão, e como esses conceitos se interligam, de forma estratégica, a fim de auxiliar na divulgação institucional. Na terceira etapa, apresentamos a plataforma online de coleta de demandas de Extensão da UFSM, a ferramenta de monitoramento – Google Alerta, e realizamos uma análise do material que foi encontrado no período de: 26 de novembro a 4 de dezembro de 2018.

Por fim, encerramos com considerações finais que podem ser balizadoras para novos estudos e metodologias, para acerca da comunicação e universidade e sua derivada divulgação científica.

2. Comunicação Pública: uma atuação especial e dirigida

Entender e pesquisar a temática de CP é uma tarefa bastante complexa nos estudos em comunicação. Visto que este conceito abrange múltiplos significados. Segundo Brandão (2012) CP é um conceito em processo de construção. A autora entende como

[...] o processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no país (BRANDÃO, 2012, p.24).

São cinco as áreas de diferente conhecimento e atividade profissional que englobam o significado de CP e podem ser pensadas enquanto: Comunicação Organizacional, Comunicação Científica; Comunicação Governamental; Comunicação Política ou ainda como Comunicação Comunitária (Brandão, 2007).

Pensar CP enquanto Comunicação Organizacional, significa analisar a comunicação interna das organizações e entre a organização e seu público, de forma estratégica e planejada. Tendo como “objetivo primeiro o mercado, visando atingir os

⁴ A partir desse momento utiliza-se CP para referir-se ao termo Comunicação Pública.

públicos das corporações, com o intuito de vender – seja uma imagem, seja um produto, seja uma ideia, seja uma fé (...)” (BRANDÃO, 2012, p. 3). Já olhar esse conceito com um viés científico é buscar aproximar a ciência do cotidiano das pessoas. Em outras palavras, despertar o interesse público pelos assuntos desenvolvidos nas pesquisas científicas e, assim, ganhar mais espaço para a divulgação científica nos meios de comunicação.

Analisar a CP, enquanto Comunicação Governamental, é refletir sobre a construção da agenda pública e direcionar o processo comunicativo ao cidadão. Para fazer uso desse modo de pensar, utilizam-se modos de persuadir o público, principalmente através das campanhas publicitárias. Ainda podemos entender esse conceito, aproximando-se da definição de Comunicação Política, isso ocorre quando vemos se estabelecer dois tipos de relação: mídia e política e mídia e poder. E o momento mais frequente em que a CP se transveste de Comunicação Política é durante o período eleitoral, ou seja, a cada dois anos.

A última forma de analisar Comunicação Pública, que propõe Brandão (2012), é através das estratégias de comunicação da sociedade civil organizada, ou seja, a Comunicação Comunitária ou Alternativa, nesse caso utiliza-se de uma comunicação libertadora – através das mídias alternativas (rádios e jornais comunitários, por exemplo), é o espaço onde as comunidades criam suas próprias formas de informar. É onde a comunicação é utilizada como uma prática coletiva e libertadora, voltada essencialmente para o cidadão.

Após apresentadas todas essas formas, propostas por Brandão (2012), é importante ressaltar que esse estudo se baseia na aproximação da CP com a Comunicação Organizacional, mas com foco na divulgação científica, a qual compreende, para Bueno (2009) a “[...] utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo” (BUENO, 2009, p.162).

Nesse sentido, uma plataforma para coleta de demandas tende a estabelecer a relação, da qual pode se valer para futura divulgação dos investimentos e resultados derivados das demandas apresentadas e respectivas soluções. A comunicação científica diferencia-se, por sua vez, pois diz respeito à transferência de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações e que se destinam aos especialistas em determinadas áreas do conhecimento.

Monteiro (2012) também apresenta estudos sobre esse tema e os direciona principalmente para aspectos exclusivos, ou seja, suas singularidades. Para a autora, a CP tem de buscar o interesse coletivo, o interesse público e deve estar à frente do interesse particular.

Para Monteiro (2012) a CP apresenta singularidades que condicionam sua prática, diferenciando-a das outras formas de comunicação estabelecidas entre as organizações e a sociedade. E apesar de aproximar-se da comunicação organizacional, governamental, política, científica, entre outras, a Comunicação Pública apresenta-se de forma distinta das demais, por ser usada como um instrumento de construção da cidadania. Visto que, recentemente notou-se um aumento da pressão social em favor do respeito aos direitos à informação, à expressão e à deliberação (MONTEIRO, 2012, p. 41).

Os estudos sobre Comunicação Pública, no Brasil datam da década de 90, com mais incidência e expansão nos anos 2000. Os pesquisadores de maior expressão sobre a temática são Elizabeth Brandão, Heloiza Matos, Luiz Martins da Silva, Maurício Lara, Maria José da Costa Oliveira, Jorge Duarte, Maria Helena Weber, dentre outros. Porém, o país ainda tem muito a expandir sobre o assunto, que abrange “diferentes possibilidades de interpretação do conceito e as lacunas que envolvem a prática de tudo o que atualmente é rotulado como público, demonstra a necessidade de pesquisar mais em comunicação pública, de se sistematizar os conceitos existentes e de se produzir novos” (MONTEIRO, 2012, p.44).

Após essa breve apresentação de algumas possíveis abordagens e singularidades envolvendo o conceito de Comunicação Pública, dentro do campo da comunicação, a seguir apresenta-se a relação entre Comunicação, Universidade e Extensão.

3. Comunicação, Universidade e Extensão

A Universidade é formada por três pilares: ensino, pesquisa e extensão. O norte dessa investigação está no pilar da extensão, sendo que o conceito de Extensão está estabelecido na Política Nacional de Extensão. Trata-se de “um processo interdisciplinar, educativo, cultural, científico e político que promove a interação transformadora entre Universidade e outros setores da sociedade” (POLÍTICA NACIONAL DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA, 2012, p.28).

Para refletir sobre Universidade e Comunicação, Kunsch (1992) diz que, a Universidade é o local de produção do conhecimento, e dependente da Comunicação para viabilizar o seu relacionamento com os mais diversos públicos. Ao ligar a Comunicação à Universidade, a autora propõe, o que os princípios das teorias da comunicação já relatavam, que Comunicação é relação, nesse caso, entre a Universidade e seu público interno e externo, com a comunidade.

Barichello (2001) também conceitua Universidade, como um local, uma comunidade do saber. Sendo que, a universidade desenvolve-se e evolui, a partir de suas práticas comunicacionais, e essas práticas “permitem à instituição concretizar-se em diferentes espaços e temporalidades” (BARICHELO, 2001, p.1).

Kunsch (1992) e Barichello (2001) chegam a um ponto em comum ao pensar Universidade e Comunicação, de que a primeira depende da segunda, para ganhar espaço e tornar-se mais conhecida. São as práticas comunicacionais que ampliam o poder de alcance da Universidade, e ao ampliar seu alcance a instituição desenvolve-se cada dia mais perante a sociedade.

Além de pensar Universidade e Comunicação é fundamental refletir sobre Universidade e Extensão. As práticas de extensão universitária têm sido vistas como uma maneira de aproximar a instituição e a sociedade, e alguns estudos até mesmo relatam que, a extensão pode ser usada como forma de amenizar crises institucionais, por também ser uma forma de produzir conhecimento.

Dessa forma, o que podemos definir é que, a extensão é uma forma de aproximar a Universidade da sociedade. Em síntese, a Universidade é um local de produção do conhecimento, a Extensão é forma encontrada para aproximar a comunidade de esse saber, e a Comunicação é a maneira encontrada para tornarem-se conhecidas tanto Universidade, quanto os projetos de extensão universitários.

Assim como pesquisa, ensino e extensão formam uma tríade para demonstrar a base de uma instituição; Universidade, Comunicação e Extensão compõem outra tríade, na intenção de tornar as ações de extensão universitária conhecidas, e muito além disso, com o intuito de aproximar os cidadãos das diversas formas de saber, que a Universidade proporciona.

4. Plataforma Online de Coleta de Demandas da Comunidade: as estratégias de divulgação

A seguir, apresentamos a plataforma online de coleta de demandas de extensão da comunidade, desenvolvida para fomentar e dirigir ações na UFSM. Além de uma breve análise sobre a divulgação desta plataforma e seu uso, no período de 26 de novembro a 4 de dezembro de 2018. Após, descrevermos o que é, e como funciona o Google Alerta na investigação proposta, partindo para a análise do material coletado.

Em outubro de 2018, a Universidade Federal de Santa Maria lançou uma plataforma online para coletar demandas da comunidade externa. A intenção da Universidade, com a criação da plataforma, é aproximar-se da sociedade e alcançar subsídios que orientem suas ações extensionistas. O instrumento busca identificar as demandas consideradas mais urgentes pela comunidade, nas regiões em que a UFSM atua.

O acesso à plataforma de coleta de demandas de extensão ocorre por meio do site da UFSM, sem necessidade de cadastro ou identificação. O formulário é composto por duas partes: na primeira o usuário deve informar qual o campus da UFSM de que está mais próximo (local de referência), o setor que representa ou é vinculado (figura 1), e quais os eixos temáticos que considera prioritário e deseja contribuir (figura 2). Sendo as áreas possíveis: Comunicação, Cultura, Direitos Humanos e Justiça, Educação, Meio Ambiente, Saúde, Tecnologia e Produção ou Trabalho.

Figura 1 – Plataforma de Coleta de Demanda

- Local de referência *
- Campus Cachoeira do Sul
 - Campus Frederico Westphalen
 - Campus Palmeiras das Missões
 - Campus Sede
- Você Representa *
- Associação comercial
 - Associação industrial
 - Clube de serviços
 - Conselhos de desenvolvimento
 - Educação - Ensino Médio
 - Educação - Ensino Superior
 - Movimentos Sociais / Coletivos
 - Primeiro Setor - Governo Local - Poder Público
 - Segundo Setor - Empresas Privadas
 - Terceiro Setor / Organizações de Sociedade Civil de Interesse Público / ONGs

Fonte: < <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/forum-regional-permanente-de-extensao-2018/>>.

Acesso em 02 de dez. De 2018.

Figura 2 - Plataforma de Coleta de Demandas

Qual o Eixo Temático da Extensão você considera prioritário para o desenvolvimento de ações de extensão? *

- Comunicação
- Cultura
- Direitos humanos e justiça
- Educação
- Meio ambiente
- Saúde
- Tecnologia e produção
- Trabalho

Fonte: < <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/forum-regional-permanente-de-extensao-2018/>>.
Acesso em 02 de dez. De 2018.

Na segunda etapa do formulário, o usuário avalia qual o grau de prioridade de diferentes linhas temáticas estabelecidas em cada eixo. Ao optar por contribuir com o eixo Educação, por exemplo, conforme ilustrado na figura abaixo, a plataforma apresenta as seguintes linhas temáticas: Alfabetização, Leitura e Escrita; Educação Profissional; Espaços de Ciência; Formação Docente; Línguas Estrangeiras; Metodologias e Estratégias de Ensino e Aprendizagem; e Temas Específicos. A cada uma das linhas, o usuário deverá atribuir notas que vão de 1 a 5, sendo que 1 equivale a uma prioridade mínima e 5 a uma prioridade máxima.

Figura 3 - Plataforma de Coleta de Demanda

Educação

Selecione o grau de prioridade para cada linha temática, sendo 1 - Prioridade Mínima e 5 - Prioridade Máxima

Alfabetização, leitura e escrita

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Desenvolvimento de programas e projetos, assessoria, consultoria, realização de eventos e outras ações, voltados para a discussão, planejamento, implementação e avaliação de processos de alfabetização e letramento de crianças, jovens e adultos, visando à sua inserção social e construção da cidadania, formação do leitor e do produtor de textos, incentivo à leitura; desenvolvimento de metodologias de ensino e leitura e da escrita e sua inclusão nos projetos político-pedagógicos das escolas; formação, capacitação e qualificação de pessoas que atuam na área; produção e divulgação de informações, conhecimentos e de material didático na área; memória, produção e difusão cultural e artística.

Educação profissional

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Fonte: < <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/forum-regional-permanente-de-extensao-2018/>>.
Acesso em 02 de dez. De 2018.

Figura 4 - Plataforma de Coleta de Demandas

Desenvolvimento de programas e projetos, assessoria, consultoria, realização de eventos e outras ações voltadas para a difusão e divulgação de conhecimentos científicos e tecnológicos em espaços de ciência, como museus, observatórios, planetários, estações marinhas, entre outros; organização desses espaços; formação, capacitação e qualificação de pessoas que atuam na área; produção e divulgação de informações, conhecimentos e material didático, relacionados ao tema.

Formação docente

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Desenvolvimento de programas e projetos, assessoria, consultoria, realização de eventos e outras ações voltados a processos de formação docente, envolvendo a discussão de fundamentos e estratégias para a organização do trabalho pedagógico, tendo em vista o aprimoramento profissional, a valorização, a garantia de direitos trabalhistas e a inclusão no mercado de trabalho formal; formação, capacitação e divulgação de informações, conhecimentos e de material didático relacionados ao tema.

Línguas estrangeiras

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

"Desenvolvimento de programas e projetos, assessoria, consultoria, realização de eventos e outras ações voltadas para a discussão, planejamento, implementação e avaliação de processos de ensino/aprendizagem de línguas estrangeiras e sua inclusão nos projetos político-pedagógicos das escolas; desenvolvimento de processos de formação em línguas estrangeiras; literatura; tradução; formação, capacitação e qualificação de pessoas que atuam na área; produção e divulgação de informações conhecimentos e material didático na área; memória, produção e difusão cultural e artística."

Metodologias e estratégias de ensino e aprendizagem

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Desenvolvimento de programas e projetos, assessoria, consultoria, realização de eventos e outras ações visando à discussão de metodologias e estratégias específicas de ensino/aprendizagem, como a educação à distância e o ensino presencial e de processos de formação inicial, educação continuada a formação profissional; formação, capacitação e qualificação de pessoas que atuam na área; produção e divulgação de informações, conhecimentos e de material didático na área.

Fonte: < <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/forum-regional-permanente-de-extensao-2018/>>.
Acesso em 02 de dez. De 2018.

Um campo aberto, no final do formulário, permite o registro de observações e sugestões qualitativas (texto). O formulário tem uma linguagem objetiva e permite contribuições em diferentes eixos com a participação aberta a toda a comunidade externa. Ele esteve disponível até o dia 10 de dezembro daquele ano. Após esse período, foram gerados relatórios que passaram pela análise da Pró-Reitoria de Extensão (PRE) e foram utilizados como guias para o planejamento das ações de extensão da UFSM em 2019, ano de referência para a UFSM devido a aprovação da Política de Extensão Institucional.

A criação da plataforma faz parte das ações desenvolvidas pelo Fórum Regional Permanente de Extensão da UFSM 2018⁵, e tem como objetivo principal perceber

⁵ O Fórum Regional Permanente de Extensão da UFSM foi criado com o objetivo de identificar as demandas sociais das comunidades nas quais a instituição insere-se. A partir dos dados coletados junto à comunidade, são planejadas novas ações de extensão na UFSM. Mais informações disponíveis em: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/forum-de-extensao-2/>. Acesso em 02 de setembro de 2021.

demandas consideradas necessárias pelas comunidades envolvidas, e a partir disso conseguir programar projetos junto a Pró-Reitoria de Extensão (PRE), no ano de 2019, e nos seguintes, que supram as necessidades apontadas pela sociedade.

Para conseguir estabelecer quais as estratégias de CP foram utilizadas para a divulgação da plataforma, no período de 26 de novembro a 4 de dezembro de 2018, foi utilizada a ferramenta do Google Alerta, como perspectiva metodológica, para realizar esse monitoramento das notícias veiculadas sobre a temática.

A escolha por essa ferramenta metodológica, se deu pela facilidade com que ela possibilitou filtrar os conteúdos relacionados a temática estudada, na *web*, e com isso auxiliar para que, as buscas realizadas nesse estudo se apresentem o mais fidedignas possíveis. Ao mesmo tempo que favorece o pesquisador a ter acesso a um amplo leque de conteúdos relacionados à temática discutida, nesse caso o Fórum Regional Permanente de Extensão da UFSM e a Plataforma Online de Coleta de Demandas da Comunidade.

O Google Alerta foi lançado em 2003, pelo engenheiro do Google Naga Kataru, é um serviço que detecta novos conteúdos publicados em páginas na *web*, *sites* de notícias, artigos, *post de blogs*, etc.

Para usar essa ferramenta, o usuário deve acessar a plataforma e estabelecer palavras-chave, para filtrar o conteúdo que ele quer que seja monitorado, e também a frequência com que deseja receber essas informações – existem duas opções – uma vez ao dia (com todas as notícias que se enquadram no filtro aplicado) ou ainda a cada vez que aquele assunto seja identificado nas páginas da *web*. O usuário cadastra um e-mail para o recebimento dessas informações, e de acordo com a frequência também escolhida, passa a receber as notícias ligadas ao seu assunto de interesse.

Para realizar a análise sobre a divulgação da Plataforma *Online* de Demandas de Extensão da UFSM, a partir dos pressupostos teóricos apresentados acima, iniciamos com a quantificação desse conteúdo.

No período de 26 de novembro a 4 de dezembro de 2018 conseguimos obter quatro notícias sobre a plataforma (Figura 5, 6 e 7). Para isso utilizamos como palavras-chave no Google Alerta: Fórum Regional Permanente de Extensão da UFSM 2018; UFSM e Extensão; Pró-Reitoria de Extensão e Plataforma Online para Coleta de Demandas da Comunidade Externa.

Figura 5 - Divulgação Comunidade Externa



Fonte: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/2018/11/29/prorrogado-o-prazo-de-preenchimento-da-plataforma-do-forum-de-extensao/>. Acesso em 02 de dez. de 2018.

A figura 5 representa uma notícia veiculada no site da UFSM, no dia 29 de novembro de 2018, que descreve a prorrogação do prazo de participação da comunidade externa no preenchimento da plataforma online. A partir do aporte teórico apresentado, podemos notar que, esta notícia é uma tentativa de comunicação da instituição – UFSM, com a comunidade externa – voltado principalmente para as cidades onde a Universidade tem campus.

Além disso, a divulgação através do site da instituição também reforça a questão da tríade – Universidade, Comunicação e Extensão. E reforça a aproximação da CP com a Comunicação Organizacional, como propõe Brandão (2012).

Também podemos perceber através de tal divulgação, que por ser um *site* institucional, o acesso, ou melhor, a divulgação é um tanto quanto restrita a um público específico, pois apesar do site ser aberto à população em geral, é mais comum ser acessado pelo público universitário.

No dia 04 de dezembro foi divulgada uma segunda matéria sobre a prorrogação das datas para preenchimento da plataforma, sendo que essa matéria apresenta as mesmas perspectivas de análise e divulgação, do que foi relatado sobre a divulgação realizada em 29 de novembro.

Figura 6 - Divulgação para a Comunidade Interna

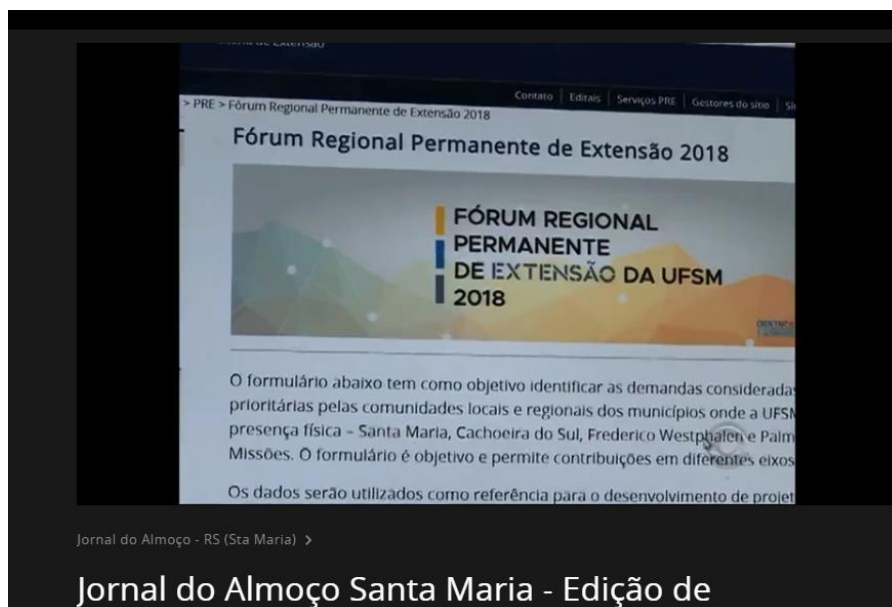


Fonte: e-mail do público interno da UFSM.

Já a figura 6 é um *print* de um e-mail enviado no dia 30 de novembro de 2018, para toda a comunidade interna da UFSM, através do seu sistema de notificação. Neste e-mail ocorre uma divulgação semelhante à da matéria divulgada no *site*, porém com um alcance menor, visto que é direcionado a um público menor. Dentro das perspectivas teóricas abordadas podemos notar esse conteúdo aproximando-se da singularidade da CP, pois a divulgação da plataforma tem a intenção de incitar a participação do cidadão a opinar nas demandas da Universidade, através dos projetos de extensão que podem vir a surgir, a partir dos relatórios da plataforma *online*.

Além da aproximação com a singularidade da CP, nesse e-mail de divulgação interna, também se estabelece a tríade Universidade-Comunicação-Extensão, já que, a instituição além de divulgar para a comunidade externa (matéria do *site*) tem que tornar seus projetos e inovações conhecidos entre o seu público, ou seja, os alunos e servidores. Neste caso, para divulgar a informação, a estratégia utilizada foi enviar e-mails, e apesar de não atingir um público amplo, através dessa prática ao menos o público interno tem acesso à informação.

Figura 7 – Matéria Jornal do Almoço



Fonte: <https://globoplay.globo.com/v/7208397/>. Acesso em 04 de dezembro de 2018.

Figura 8 – Matéria do Jornal do Almoço



Fonte: <https://globoplay.globo.com/v/7208397/>. Acesso em 04 de dezembro de 2018.

As figuras 7 e 8 são uma divulgação da mídia local, sobre a consulta a partir de uma plataforma *online*. Através de uma reportagem veiculada no Jornal do Almoço (JA), da região de Santa Maria. A matéria tinha 2 minutos e 49 segundos, e foi veiculada na edição do dia 4 de dezembro. Ao analisar a divulgação da plataforma através desta matéria podemos perceber um alcance maior, do que o que poderia ser alcançado com as notícias divulgadas anteriormente.

O JA é o principal jornal local, transmitido para toda a região central do Estado. E ainda se analisarmos pela questão temporal da matéria, novamente sua divulgação é bastante positiva, visto que, foram quase 3 min, em uma produção televisiva diária, que tem no máximo 15 minutos de duração, ou seja, durante 20% do tempo de duração do programa ocorreu a divulgação da plataforma.

Além de a matéria ser de grande relevância no quesito divulgação, a forma como o conteúdo (plataforma e os possíveis projetos de extensão) foi divulgado é bastante atrativa para a população. Pois, além de explicar a plataforma, realizar uma entrevista com o Pró-Reitor Interino de Extensão, a reportagem entrevistou a participante de um dos projetos de extensão da UFSM, que relatou os benefícios do projeto em questão, além de falar sobre as melhorias que a plataforma pode trazer se as maiores necessidades da população forem listadas nas demandas.

Podemos também realizar uma análise dessa matéria do JA a partir dos pressupostos teóricos apresentados neste trabalho. Ao pensar a CP aproximando-se da Comunicação Organizacional nota-se que a base teórica apresentada por Brandão (2012) é posta em prática. Uma vez que, com esse conteúdo que a RBS-TV Santa Maria produziu, a divulgação da plataforma consegue atingir diferentes públicos, desde o público interno, até as regiões mais afastadas, já que a transmissão do telejornal é para toda a região central do estado do Rio Grande do Sul.

Novamente através desse conteúdo divulgado sobre a plataforma nota-se a presença da tríade Universidade-Comunicação-Extensão, pois a UFSM lançou a plataforma *online* de coleta de demandas, sendo essa plataforma ligada a ações extensionistas da Universidade para aproximar a população e descobrir quais suas necessidades mais urgentes. Para que, essas demandas possam ser sanadas, ou ao menos amenizadas, através de projetos. E as estratégias comunicacionais ao serem postas em prática, têm a intenção de tornar essa consulta através da plataforma, conhecida pelo maior número de pessoas possível.

Um aspecto que merece destaque é a questão da singularidade abordada por Monteiro (2012), pois de todos os conteúdos divulgados sobre o tema, no período de análise, este é o que consegue apresentar-se de forma mais completa e ampla, pois ele aborda o assunto, de maneira bastante clara e explicativa, apresenta entrevista com pessoas que demonstram domínio do assunto e ainda traz exemplos dos benefícios que

podem surgir, através da consulta de demandas. Ao mesmo tempo em que a reportagem apresenta todas essas informações, ela instiga as pessoas a participarem e responderem as questões da plataforma, através da jovem, que já participa de um projeto de extensão da UFSM, que envolve a comunidade. Neste caso, incide no reconhecimento da imprensa tradicional como fundamental na tematização de temas de interesse público com intuito de “furar as bolhas” institucionais e estender a informação à comunidade que não vive o cotidiano informativo da UFSM.

Das quatro notícias divulgadas sobre a plataforma, essa é a mais singular, pois tem como objetivo principal o interesse coletivo. E aliado a esse interesse a construção e o desenvolvimento da cidadania, que pode surgir da união da população com a Universidade, através da escolha das demandas, que estão na plataforma *online*. A seguir apresentamos as considerações finais desse estudo e possíveis estratégias a serem abordadas em estudos futuros.

Considerações Finais

Após a realização de toda uma contextualização teórica acerca dos conceitos de CP e suas singularidades, da tríade – Universidade, Comunicação e Extensão; e de uma análise crítica e interpretativa da divulgação realizada sobre a plataforma *online* de demandas da extensão da UFSM, foi possível perceber que durante os dias analisados ocorreu inicialmente pouca divulgação sobre a plataforma e a consulta popular, que a UFSM colocou em prática, para em um momento posterior ganhar mais espaço, a partir da divulgação na mídia local.

Podemos notar que, para a divulgação desta plataforma, as estratégias comunicacionais da UFSM têm muito a melhorar, pois mesmo a Universidade estando presente nas redes sociais, com seus perfis oficiais e também com o perfil da Pró-Reitoria de Extensão (PRE), através da técnica de identificação de palavras-chave de busca na internet mais usual entre a comunidade, nada foi encontrado nas redes. Sendo, esse o local onde o público tem maior interação atualmente.

Entende-se que o conteúdo poderia ser visibilizado em outros veículos de imprensa que compreendam melhor as linguagens da sua região, como exemplo as rádios locais e alternativas dos municípios que poderiam tematizar as demandas locais e acionar a UFSM como parceira, contribuindo assim para mútuo reconhecimento, da comunidade

e da UFSM. Geralmente quando as rádios tematizam os conteúdos científicos, o assunto é adicionado em seus *sites* e redes.

Ainda assim, entende-se que a criação da plataforma em si e seu funcionamento representa um marco para UFSM e demonstra a disponibilidade e interesse na escuta e no estabelecimento de diálogo e aproximação com a sociedade o que traz em si, desafios para a comunicação organizacional que precisa rever e atualizar as suas estratégias de relacionamento, centrando suas escolhas no repertório e nas condições interativas dos cidadãos e cidadãs, o que é pressuposto para a comunicação pública. Ressalta-se que, esse estudo foi só o primeiro passo para muitos outros que dele derivam, relacionados à tríade Universidade-Comunicação-Ciência.

Referências Bibliográficas

BARICHELO, Eugenia. **A comunicação da universidade: identidade, territorialidade e legitimidade.** In: XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001, Campo Grande - MS. Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande - MS: INTERCOM, 2001.

BRANDÃO, Elizabeth. **Conceito de comunicação pública.** In: Duarte, Jorge (Org.). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012.

BUENO, Wilson. **Comunicação Científica e Divulgação Científica: aproximações e rupturas conceituais.** In: Inf. Inf., Londrina, v. 15, n. esp., p. 1 - 12, 2010.

FORPROEX, Pró-reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras -. **Política Nacional de Extensão Universitária.** Manaus, 2012. Disponível em: <<http://proex.ufsc.br/files/2016/04/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-e-book.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

KUNSCH, Margarida M.K. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade.** São Paulo: Loyola, 1992.

MARIA, Universidade Federal de Santa. **Fórum Regional Permanente de Extensão.** 2018. Disponível em: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/forum-de-extensao-2/>. Acesso em: 02 set. 2021.

MONTEIRO, Graça França. **A singularidade da comunicação pública.** Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público / Jorge Duarte, organizador. São Paulo: Atlas, 2012.

OLIVEIRA, F.; GOULART, P. M. **Fases e faces da extensão universitária: rotas e concepções.** Rev. Ciênc. Ext. v.11, n.3, p.8-27, 2015.