

## Comunicação Cidadã: A visibilidade para o Projeto Pilão<sup>1</sup>

Barbara Predebon Nogara<sup>2</sup>

Nathália de Oliveira Batista<sup>3</sup>

Andressa Ribas Lameira Merlo<sup>4</sup>

Fernanda Ferreira Dutra<sup>5</sup>

Gabriele Caroline de Oliveira<sup>6</sup>

Valdemar Alexandre da Silva Neto<sup>7</sup>

Liliane Dutra Bignols<sup>8</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS.

### RESUMO

O Projeto Pilão é uma ação voltada à extensão organizada por funcionários aposentados da UFSM, ela trabalha com comunidades quilombolas e a sua relação com o campo na região central do estado do Rio Grande do Sul. A proposta deste trabalho se baseia no desenvolvimento de um plano de comunicação, cumprindo com o papel de promoção da cidadania, de maneira que haja a possibilidade de promover a capacidade dos colaboradores do projeto para que o mesmo atinja maior visibilidade e reconhecimento perante suas ações afirmativas. Além de contribuir para que o Pilão se torne conhecido – e com isso cative mais colaboradores – buscou-se também que seus responsáveis pudessem dar continuidade às nossas ações, utilizando as ferramentas de comunicação que foram apresentadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Cidadania; Visibilidade; Reconhecimento.

### 1. INTRODUÇÃO

O Projeto Pilão, uma ação de extensão da Universidade Federal de Santa Maria, foi composto inicialmente por um grupo de professores e servidores aposentados, que tem por objetivo auxiliar na subsistência de comunidades quilombolas rurais da região central do Rio Grande do Sul. Hoje conta com colaboradores de diversos cursos da instituição que acreditam e percebem as necessidades das comunidades e entendem a importância da força negra no campo.

Atua, desde 2007, nas comunidades Rincão dos Martiminianos: Barro Vermelho e Comunidade do Silêncio – Restinga Seca; Serra do Formigueiro e Timbaúva – Formigueiro e

---

<sup>1</sup> Trabalho desenvolvido na disciplina de Comunicação e Cidadania, Curso de Comunicação Social UFSM no ano de 2016 e apresentado no Intercom Jr na categoria - IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Aluna do 7º semestre de Relações Públicas e líder do grupo, email: barbarap.nogara@gmail.com .

<sup>3</sup> Aluna do 7º semestre de Relações Públicas, email: n.oliveirabatista@gmail.com .

<sup>4</sup> Aluna do 7º semestre de Relações Públicas, email: dessa.merlo@hotmail.com .

<sup>5</sup> Aluna do 7º semestre de Relações Públicas, email: feeferreiradutra@gmail.com .

<sup>6</sup> Aluna do 7º semestre de Relações Públicas, email: oliveira.gabc@gmail.com .

<sup>7</sup> Aluno do 7º semestre de Jornalismo, email: valdemarasneto@gmail.com .

<sup>8</sup> Professora orientadora do grupo, email: lilianebrignol@gmail.com .

Ernesto Penna Carneiro – Distrito de Palma/Santa Maria, no que diz respeito aos processos permanentes e participativos referentes à formação, geração de renda (produção, agregação de valor e comercialização), educação e saúde (como, por exemplo, a de higiene bucal) junto às comunidades negras localizadas nas áreas de influência para a agricultura na região central do Rio Grande do Sul, contribuindo com a melhoria da qualidade de vida, valorização e cultura de seus residentes. Busca também opções para a superação, em caráter duradouro, da situação atual vivida por aquelas comunidades no que se refere à qualidade de vida.

É um olhar atento para viabilizar condições dignas de sustentabilidade e de profissionalização da mão-de-obra, estimulando o exercício da cidadania das comunidades quilombolas, tendo sempre presente a cultura das mesmas e suas limitações. Não se limita apenas à geração de trabalho e renda, melhorando a qualidade de vida dos quilombolas, mas uma busca pela reflexão da comunidade, da região, do país e do mundo sobre os problemas encontrados pelo menos favorecidos, como a falta de acesso ao alimento e a reduzida autoestima devido ao fato de não possuírem um trabalho reconhecido como produtor rural, sendo esse um direito humano.

Através de instrumentos e ações de comunicação voltados para a cidadania, o trabalho desenvolvido no Projeto Pilão capacitou os seus membros para que todo o esforço desenvolvido nas e para as comunidades, já citadas, ganhasse visibilidade para que outros segmentos pudessem ser atingidos, culminando na visibilidade e reconhecimento da sua importância. O projeto de comunicação cidadã foi desenvolvido em aula, na disciplina de Comunicação e Cidadania dos cursos de Comunicação Social – Relações Públicas e Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria.

Com o decorrer do grupo de trabalho com os integrantes do Projeto Pilão percebemos a importância de desenvolver um plano de comunicação cidadã que promova a capacitação dos colaboradores do grupo para dar maior visibilidade e reconhecimento às ações afirmativas do Projeto Pilão.

Assim com os integrantes capacitados a promoção de uma aproximação com a mídia institucional, local e regional poderia ser efetiva. Para sua visibilidade fora âmbito institucional e para o reconhecimento do trabalho pela comunidade é de extrema necessidade o implemento de ferramentas que contribuam para a comunicação online.

Buscamos orientar sobre o uso de instrumentos de comunicação (como o release, a importância da clippagem e a necessidade de ter um site do projeto), assim reafirmando em

todos os canais possíveis os princípios do Projeto Pilão através da comunicação, auxiliando na busca por colaboradores e apoiadores para os projetos realizados.

## **2. JUSTIFICATIVA**

Diante de todas as considerações feitas nos primeiros encontros com os membros do Projeto Pilão, ficou claro que as necessidades apresentadas e por nós observadas seriam sanadas após o desenvolvimento de um plano de comunicação que acontecesse em torno de dois eixos: a capacitação dos membros do Projeto, para que as ações propostas pudessem ser depois continuadas, e a sua inserção na mídia, com o principal objetivo de torná-lo conhecido.

A esfera midiática hoje se apresenta como o melhor espaço a ser explorado pelas instituições públicas no que diz respeito à divulgação e disponibilização de informações que sejam de interesse público (BORN, 2015). Pensando nisso, as plataformas digitais criadas e as ações de visibilidade foram de fundamental importância para o seu reconhecimento frente à Instituição e seus públicos, possibilitando a sua expansão.

O presente plano de comunicação também se fez essencial porque foi por meio dele que ocorreu a capacitação dos membros do Projeto Pilão para que as ações desenvolvidas – e outras que podem vir a surgir – pudessem ser continuadas mesmo após o término da disciplina.

## **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

O embasamento teórico do presente projeto se deu com base em conceitos sobre cidadania, como os pautados por Maria de Lourdes Covre. Para a autoria, cidadania:

Trata-se de um direito que precisa ser construído coletivamente, não só em termos do atendimento as necessidades básicas, mas de acesso a todos os níveis de existência, incluindo o mais abrangente, o papel do(s) homem(s) no Universo. (COVRE, 2006, p.11)

Indissociável da cidadania, é entendermos que ela vai muito além do direito de votar e ser votado, ter direitos e deveres (exercício da cidadania), ser agente de direitos (e não sujeito de demandas), participar, sentir-se parte de uma comunidade, reconhecer-se e ser reconhecido como cidadão. Para Cortina,

A sociedade deve organizar-se de modo a conseguir gerar em cada um de seus membros o sentimento de que pertence a ela, de que essa sociedade se preocupa com ele e, em consequência, a convicção de que

vale a pena trabalhar para mantê-la e melhorá-la. (CORTINA, 2005, p. 20-21)

Se exercermos a cidadania como o estímulo de entender e melhorar a sociedade em que vivemos podemos entender que ações extensionistas, como as do Projeto Pilão, são um exercício da cidadania e que é indispensável para a formação acadêmica dos indivíduos.

Reafirmar a extensão universitária como processo acadêmico definido e efetivado em função das exigências da realidade, indispensável na formação do estudante, na qualificação do professor e no intercâmbio com a sociedade. (Política Nacional de Extensão Universitária, 2012).

Percebemos para a fundamentação do Projeto a necessidade de contextualização com a realidade com que ele trabalha, a questão do negro em comunidades rurais. Para Neuza Maria Mendes Gusmão (1993) a questão étnica e histórica do negro no campo envolve uma realidade política fundamental na história da sociedade nacional que diz respeito às formas não-típicas de acesso à terra. A importância da figura do negro no âmbito rural vai muito além de questões de representatividade, que cidadão rural quilombola é um sujeito de demandas, de necessidade e decisão (MATA, 2006).

Desde os anos 1980, através de pesquisadores e sociólogos como Roger Bastide e Florestan Fernandes, estudos sobre a forma como os grupos negros tinham sua identidade, traços culturais e condições étnicas sobrepostas pela urbanização vêm sendo publicados. Ao mesmo tempo em que essas comunidades perdem espaço, a modernização acaba fazendo com que as mesmas sejam “descobertas”, ganhando visibilidade e colocando novas questões em debate.

Se vê necessário diante das necessidades comunicacionais do referido projeto a utilização da educomunicação<sup>9</sup> como uma das metodologias chave desse processo de interação, tendo em vista a existência de uma comunicação diferenciada: as pessoas, ao participarem de uma práxis cotidiana voltada para os interesses e necessidades dos próprios grupos a que pertencem ou ao participarem de organizações e movimentos comprometidos com interesses sociais mais amplos, acabam inseridas num processo de educação informal que contribui para a elaboração - reelaboração das culturas populares e formação para a cidadania.

---

<sup>9</sup> SOARES, Ismar. Uma educomunicação para a cidadania. Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo.

O educador<sup>10</sup> reafirma mais do que nunca seu papel insubstituível: não mais de acumular conhecimentos - que se pode encontrar em outro lugar - mas de se servir dos conhecimentos para construir uma certa representação do mundo. Representação relativa a esfera e aos meios que o objeto se apresenta, permitindo a adaptação a diferentes situações.

#### 4. METODOLOGIA

A demanda por atender ao Projeto Pilão começou após os integrantes do próprio grupo sentirem a necessidade de haver ações que pudessem promovê-los diante da comunidade acadêmica e região. O primeiro contato com os integrantes do Projeto foi na sala que eles têm nas dependências da UFSM (campus Camobi/Santa Maria), no qual foi possível mapear as necessidades comunicacionais do grupo e assim pensar em propostas que pudessem ser desenvolvidas para saná-las.

A partir disso, começou-se a desenvolver a parte teórica das atividades. A primeira observação que foi feita, e que norteou todo o nosso trabalho, foi em relação às atividades que seriam desenvolvidas ao longo do primeiro semestre de 2016, com duração de três meses e o auxílio da professora que ministrava<sup>11</sup> a cadeira. Não atenderíamos a principal demanda que nos foi passada se apenas executássemos as ações que pensamos e deixássemos os materiais produzidos com os integrantes do grupo. Pensando nisso, ao invés de apenas executarmos ações que gerassem visibilidade para o projeto, buscou-se capacitar esses integrantes para que os próprios pudessem, após o término da disciplina, continuar gerando essa exposição na mídia, objetivo do grupo.

Após o término e apresentação da parte teórica do trabalho em sala de aula, fomos novamente visitar o projeto para apresentar todas as propostas para os próximos meses. Dentre as principais demandas comunicacionais, elencamos as seguintes: aprimorar a marca do projeto; produzir um manual da marca; criar uma *fanpage*; desenvolver um manual de postagem para a plataforma Facebook; disponibilizar modelo de *release* e *clipping* e dar oficinas de como produzir e utilizá-los; elaborar um *mailing* interno e externo à UFSM; solicitar a produção do site institucional através do Centro de Processamento de Dados da UFSM (CPD) e expor os *banners* com as ações já desenvolvidas pelo Projeto em uma exposição itinerante por alguns centros da Universidade.

---

<sup>10</sup> SOARES, Donizete. Educomunicação: o que é isto.

<sup>11</sup> Professora Dra. Liliane Dutra Brignol, com a docência orientada das mestrandas do Programa de Pós-Graduação da UFSM, Nathália Drey Costa e Carolina Bonoto.

O planejamento agradou a equipe do Projeto e então iniciou-se a implantação das ações. O aprimoramento da marca foi a primeira atividade a ser produzida e através dela buscou-se promover e legitimar o Projeto Pilão na mídia, sempre se atentando aos conceitos que a envolviam. Junto dela desenvolvemos o seu manual que foi criado para que o grupo pudesse recorrer a ele quando obtiver dúvidas quanto à aplicabilidade da logo, das cores e das fontes. Com a percepção da inexistência de canais de comunicação no projeto, desenvolveu-se uma *fanpage* na plataforma Facebook e iniciou-se o planejamento do site institucional.

Em mais uma das tardes destinada aos trabalhos de campo da disciplina de Comunicação e Cidadania, a terceira visita, nos reunimos para dar continuidade aos trabalhos propostos. Na oportunidade, uma integrante do nosso grupo e dois integrantes do Pilão dirigiram-se até o Centro de Processamento de Dados da UFSM (CPD) para que o site institucional do projeto pudesse ser iniciado. O Projeto não possuía um site institucional via site da UFSM, portanto, a proposta de criar este espaço nesta plataforma fez com que convergisse uma série de informações do projeto em um local de credibilidade e de visualização por inúmeras pessoas. Para isso, foi preciso que uma das integrantes do projeto que ainda possui vínculo empregatício com a UFSM acompanhasse o processo, pois a abertura do site dependia do seu cadastro. O restante dos membros do Pilão, apesar de desenvolverem atividades na Instituição, não possuem vínculos cadastrais por serem aposentados.

Logo após, o grupo reuniu-se na sala do projeto para que fossem separados materiais tanto para a exposição itinerante que ocorreu na última semana do mês de junho, tanto para a página no Facebook. Todos os projetos e ações documentados que ali se encontravam foram separados por ordem cronológica. A ideia inicial era que eles fossem expostos nessa ordem para que pudesse ser notada a evolução das ações.

Por último, o grupo fez um apontamento de tudo que deveria ser feito a partir daquele momento, tanto teórico como prático, e designou um responsável para conclusão de cada tarefa.

Na quarta visita, também no período da tarde, foi realizada a primeira oficina referente e elaboração do *clipping* e *release*, ambos instrumentos de comunicação que geram visibilidade às ações. Dessa oficina participaram três integrantes do projeto e foi ministrada por duas alunas do grupo. O desenvolvimento de oficinas foi uma estratégia que a equipe encontrou para que os membros do Projeto pudessem aprender a dar continuidade nas atividades comunicacionais propostas

O *mailing* institucional e geral também foi entregue neste dia. Na oportunidade, foi feito um panorama sobre as duas técnicas, seus usos e objetivos. A cada técnica apresentada, três das

integrantes do Projeto Pilão que se fizeram presentes na oficina realizaram exercícios para o desenvolvimento das mesmas.

A segunda e última oficina, na última visita ao Projeto, foi a respeito do manual de postagens para o Facebook, criado para que o grupo pudesse ter o direcionamento de como e o que publicar, podendo atualizá-lo conforme as demandas do Pilão. Nesse mesmo dia, foram separados os últimos materiais para a exposição itinerante e mandados os memorandos para os centros que a abrigariam.

Com intuito de dar visibilidade e informar ao público sobre a existência do Projeto Pilão e das suas ações já realizadas, decidiu-se expor os banners do grupo que retratam alguns dos trabalhos desenvolvidos nas comunidades Quilombolas em pontos estratégico da UFSM e da cidade de Santa Maria. *Releases* foram enviados para a mídia institucional e para as assessorias de comunicação dos Centros, com o intuito de convidar toda a comunidade acadêmica para prestigiar a exposição que ocorreu nos dias 29, 30 e 1º de julho.

As ações e estratégias comunicacionais desenvolvidas neste semestre no Projeto Pilão foram pensadas de maneira que pudessem legitimar os valores do Projeto através de nossas atividades. Buscou-se compreender a melhor forma de desenvolver as atividades planejadas, provocando um resultado progressivo e contínuo nos membros do projeto e nas ações que este grupo de extensão da UFSM realiza nas comunidades de Santa Maria e região.

## 5. DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Entre os produtos pensados e desenvolvidos para o Projeto Pilão está a reestruturação da sua marca. Por causa da baixa resolução e a maneira como a atual foi elaborada, decidimos por reestruturá-la para que pudesse adquirir melhor qualidade e assim poder ser utilizada sem receio e com boa legibilidade nas peças gráficas. Tanto o conceito como as cores foram conservados porque ambos transmitem uma mesma mensagem: a família quilombola que através do Pilão se transforma e garante sua subsistência. Devido à forma como a atual marca foi criada e todo o valor sentimental existente por trás dela, os integrantes do Projeto Pilão preferiram por não a adotar por enquanto.

Arelado à reestruturação da marca, foi criado um manual para que ela pudesse ser apresentada, documentada e normatizada, afim do Projeto transmitir uma percepção clara em relação a sua identidade. Baseado em conceitos sobre identidade visual e designer, o manual resultou em um meio prático a ser consultado sempre que dúvidas em relação à aplicação da

marca surgissem. Mesmo sem a nova marca ter sido aderida pelo Projeto, o manual foi elaborado com os mesmos fins.



Antiga Marca do Projeto: Desenhada por um familiar que participa do projeto



Nova marca: Desenvolvida pelo grupo na cadeira de Comunicação e Cidadania

Como a principal demanda dos colaboradores do Pilão era a visibilidade das ações do projeto, para que em um futuro próximo essa visibilidade gere o engajamento de mais pessoas na causa, criamos uma *fanpage* na plataforma Facebook. A página foi criada com o objetivo de reunir informações acerca do trabalho desenvolvido nas comunidades e ser um instrumento de fácil contato e interação, a fim de facilitar o apanhado de informações por parte da mídia interessada, além de ser uma forma de manter o projeto exposto com mais frequência na mídia.

Página criada pelo grupo e hoje gerenciada pelo Projeto Pilão.



Seguindo o mesmo objetivo da *fanpage*, a criação do site institucional do Projeto é a plataforma onde informações acerca do histórico, projetos desenvolvidos, comunidades atingidas e a importância desse trabalho poderão ser encontradas. Site ainda é a plataforma mais

procurada no momento em que queremos conhecer um pouco mais sobre determinado projeto/organização e onde as informações podem ser encontradas de maneira mais organizada e completa. O site institucional do Projeto Pilão seguiu o mesmo padrão dos sites institucionais da UFSM, atrelado ao portal dela.

Para que a página no Facebook pudesse se tornar um instrumento estratégico que atendesse aos objetivos do grupo, elaboramos um manual de direcionamento das suas postagens, contendo o padrão que elas precisam seguir, horários de pico para serem publicadas e por mais pessoas ser visualizada, linguagem padrão e etc, tudo isso para que identidade e visibilidade andem de mãos dadas.

A elaboração, explicação e entrega do *mailing* interno e externo à Universidade funcionou como um agente facilitador na hora de mapear contatos mais específicos para o envio de notícias, convites e conteúdos referentes ao Projeto. Nele contém todos os canais de endereçamento de pessoas da mídia tanto institucional como comercial.

Todos os produtos aqui desenvolvidos foram passados para os colaboradores do Projeto Pilão em forma de oficinas. O principal objetivo das oficinas foi levar os membros a praticarem o exercício de produção desses materiais, de forma que o conhecimento adquirido também pudesse ser posto em prática e avaliado por nós. Foram dois dias de oficinas referentes à produção de *clipping* e *release*; entrega e explicação do *mailing* e explicação do manual para redirecionamento de conteúdo para a página no Facebook. Foram nas oficinas que três membros do Projeto puderam desenvolver a escrita do *release*, bem como a análise e montagem do *clipping*, baseado em histórias hipotéticas. A grande contribuição dessas oficinas para os membros do Projeto Pilão foi que eles puderam entender como dar visibilidade às suas ações, direcionando de maneira correta esse conteúdo.



Oficina referente à produção do *release* e do *clipping*.

As atividades desenvolvidas junto ao Pilão foram concluídas com a exposição itinerante, durante três dias, dos seus banners em pontos estratégicos da Universidade. Durante a última semana do mês de junho, os banners que retratam a história e as atividades do Pilão nas

comunidades Quilombolas atingidas passaram pelo hall do Restaurante Universitário I (RU), do Centro de Ciências da Saúde (CCS) e do Centro de Ciências Sociais e Humanas (CCSH). A escolha dos centros foi atrelada a fatores como espaços de maior movimentação na Universidade e centros que, de alguma forma, tenham relação com o Projeto, como foi o caso do CCS por conter cursos que já fizeram parcerias com o Pilão. De início, outros centros e lugares externos à Universidade estavam previstos para que ocorresse a exposição, mas devido à sua agenda própria não foi possível na semana de encerramento das atividades com o grupo.



Exposição no hall do Restaurante Universitário I



Exposição no hall do Centro de Ciências da Saúde (CCSS)



Convite para Exposição publicado nas redes sociais.

Vale frisar que a mídia institucional recebeu *releases* referente a exposição e que a clípgem foi feita, analisada e entregue juntamente com esse documento. O Projeto e seus executores conseguiram desempenhar e entender a essência e a

importância da comunicação no meio em que estão inseridas, mesmo com limitações estruturais.<sup>12</sup>

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A disciplina de Comunicação e Cidadania tem entre seus objetivos conhecer as diferentes concepções de cidadania e suas práticas nos diferentes contextos históricos e comunicacionais, assim como planejar, executar e avaliar projeto ou ação na área da comunicação cidadã. Foi o que buscamos desenvolver neste projeto, de modo a ampliar o conhecimento e possibilitar a experiência em desenvolvimento de projetos de comunicação para cidadania.

Consideramos que este projeto de comunicação e cidadania foi de grande importância para o Projeto Pilão, pois ele propiciou aos integrantes do grupo o entendimento das práticas cidadãs aplicadas à comunicação. Permitiu ao Projeto Pilão a oportunidade de dar visibilidade e ao mesmo tempo obter um conhecimento sobre suas práticas comunicacionais e como executá-las, para o melhor desenvolvimento comunicacional do mesmo, para que as ações nas comunidades afro descendentes da região de Santa Maria sejam reconhecidas e disseminadas.

Durante a aplicação das atividades propostas, percebemos uma resistência e receio em adicionar novas práticas comunicacionais ao Projeto, entretanto conseguimos realizar todas essas atividades – exceto a inserção da nova marca –, alguma delas com alterações.

Todos os arquivos utilizados para as oficinas, manuais e exemplos citados foram disponibilizados para o Projeto, assim a continuidade poderá ser efetiva. Os membros do grupo se disponibilizaram para demais dúvidas que possam ocorrer, mesmo após o término da disciplina.

## 7. REFERÊNCIAS

- CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: por uma teoria da cidadania**. São Paulo: Edições Loyola, 2005. p. 9-30.
- COVRE, Maria de Lourdes Manzini. **O que é cidadania**. São Paulo: Brasiliense, 2006. p. 11.
- LIMA, Luiz Fernando. **Diagnóstico Organizacional: uma Análise em uma Empresa de Empréstimos e Créditos no Norte Pioneiro**. Paraná, 2010.

---

<sup>12</sup>O projeto desfruta de dois computadores, sendo os dois com o sistema operacional Windows 97 (lançado em 19 de novembro de 1996), um deles se acesso à internet e não possuem impressora.

MARIA MENDES DE GUSMÃO, Neusa. **Revista Resgate**. 1993, p. 106.

MATA, M. C. **Comunicación y ciudadanía: problemas teóricos-políticos de su articulación**. Revista Fronteiras, v.8, n.1, Jan./abril 2006.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STS, 2002.

QUILOMBHOJE. **Calendário Afro-Brasileiro: As datas mais significativas**  
<<http://www.quilombhoje.com.br/calendario/calendario.htm>> Acesso em: 05 de maio de 2016,  
às 11h07min.

SOARES, Donizete. **Educomunicação: o que é isto**.

SOARES, Ismar. **Uma educomunicação para a cidadania**. Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo.

PINHO, José Benedito. **O poder das marcas**. São Paulo: Summus Editora, 1996.

POLÍTICA NACIONAL DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA. Manaus: Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições de Educação Superior Públicas Brasileiras, 2012.