



O “Melhor das Federais” e as estratégias digitais do MEC: Boas práticas de comunicação pública na visibilização das universidades federais¹

Victor Henrique Justino França²

RESUMO

O artigo analisa as práticas de comunicação da Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação (Sesu/MEC), focando no selo “O Melhor das Federais” (portal MEC) e nas parcerias (*collabs*) no Instagram entre o Ministério e as universidades. A pesquisa, configurada como estudo de caso, busca compreender como as iniciativas contribuem para a visibilidade e reputação institucional das universidades federais, a divulgação científica e o direito à informação. A metodologia qualitativa e descritiva analisa um corpus de 56 matérias e dois *posts*. Os resultados apontam que as estratégias são boas práticas em comunicação pública, promovendo uma articulação sinérgica, democratizando o acesso à informação e valorizando a ciência e a educação como pilares para o desenvolvimento.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação pública; comunicação governamental; divulgação científica; universidades federais; estratégias digitais.

Introdução

As universidades federais constituem um dos mais importantes ativos para o desenvolvimento soberano do Brasil. Como centros de excelência em ensino, pesquisa e extensão, são responsáveis por uma parcela massiva da produção científica nacional e por inúmeras ações que impactam diretamente a vida de milhões de cidadãos. Se considerarmos todas as universidades públicas, isto é, incluindo-se as estaduais, municipais e federais, temos que mais de 95% da produção científica nacional é liderada por elas (Moura, 2019).

Contudo, o valor gerado por essas instituições nem sempre é plenamente percebido pela sociedade (França, 2024). Em um ecossistema digital crescentemente polarizado, marcado pela circulação massiva de desinformação e por narrativas que, por vezes, questionam a relevância e a eficiência do setor público, a comunicação governamental assume um papel que transcende a simples divulgação de fatos.

¹ Trabalho apresentado no GT 06 – Boas Práticas em Comunicação Pública: Estudos de caso, no III Congresso Brasileiro de Comunicação Pública, realizado de 20 a 22 de outubro de 2025, em São Cristóvão/SE.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC/UFF) e assessor de Comunicação na Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação (Sesu/MEC). E-mail: vfranca@id.uff.br.



Torna-se imperativo, portanto, não apenas informar, mas construir ativamente valor simbólico, fortalecer a reputação institucional e, fundamentalmente, garantir que o cidadão reconheça o retorno do investimento social nessas instituições para uma comunicação pública emancipatória (Haswani, 2013). É nesse cenário que a comunicação se afirma como arena de disputa por legitimidade.

Historicamente, a relação comunicacional entre o Ministério da Educação (MEC), como órgão central, e as universidades federais, como autarquias autônomas, foi marcada por uma considerável assimetria e por um distanciamento que, muitas vezes, resultava em uma comunicação fragmentada. Nesse modelo, as realizações das universidades federais frequentemente ficavam restritas à sua própria comunidade acadêmica ou região, sem ganhar a devida projeção nacional. Na atual gestão do governo Lula, cujo *slogan* inicial foi *União e reconstrução*, tem-se tentado uma aproximação entre Ministério e universidades federais em diversas frentes, como o Encontro Nacional de Gestores de Comunicação, que reúne os coordenadores de comunicação das instituições e o MEC.

Diante desse quadro, este artigo se debruçou sobre duas iniciativas recentes idealizadas pela Secretaria de Educação Superior (Sesu/MEC) que sinalizaram uma mudança estratégica: a criação do selo editorial *O Melhor das Federais*, para matérias publicadas no portal do MEC e a implementação de uma estratégia de publicações colaborativas (*collabs*) no Instagram junto as universidades federais, considerando que o perfil do MEC na rede reúne mais de um milhão e meio de seguidores e dificilmente uma universidade federal conseguiria uma audiência como essa. Ambas as ações apontaram para um esforço consciente de articulação e valorização mútua, buscando superar o distanciamento para construir uma agenda positiva e integrada em torno da educação superior pública.

O selo *O Melhor das Federais* funciona como uma curadoria de conteúdos e um enquadramento editorial que destaca conquistas acadêmicas, projetos de inovação e ações de extensão. Já as *collabs* no Instagram potencializaram o alcance dessas histórias ao unir a audiência importante do MEC com os públicos das universidades. A união estratégica cria um ecossistema de valorização, no qual o sucesso de uma instituição reverbera positivamente em todo o sistema federal, permitindo que conteúdos de relevância pública escapem de seus nichos.



O objetivo principal deste trabalho é, portanto, analisar como essa união de esforços contribui para a visibilização das universidades e se configura como boa prática em comunicação pública. O trabalho busca, adicionalmente, posicionar este caso como um modelo de comunicação em rede, cujos princípios podem servir de referência para outros arranjos institucionais no serviço público, como ministérios com autarquias vinculadas e órgãos dos poderes Judiciário e Legislativo.

Comunicação pública: valorização e cidadania

A comunicação pública, enquanto campo teórico e prático e quase sempre um conceito prescritivo, afasta-se decisivamente de modelos instrumentais que a reduzem à mera propaganda ou ao marketing governamental. Seu horizonte é o fortalecimento da esfera pública e da cidadania, localizando o cidadão no centro das discussões. Autores como Kunsch (2011) e Duarte (2012) a definem como um processo dialógico entre Estado e sociedade, orientado pelo interesse público, pela transparência e pelo direito fundamental do cidadão à informação.

Nessa perspectiva, o Estado não é um mero emissor de mensagens, mas um mediador que deve prestar contas, abrir canais para a participação social e promover o debate sobre temas de relevância coletiva. A comunicação, aqui, é um direito do cidadão e um dever do Estado (Escudero, 2015).

Eugenio Bucci (2015), em sua influente crítica, em *Estado de Narciso*, aprofunda a questão ao alertar para os riscos de uma comunicação estatal voltada para si, a autopromoção e o culto à imagem do governante ou da própria máquina pública. Uma comunicação pública verdadeiramente democrática, segundo o autor, é aquela que se coloca a serviço da sociedade, e não de interesses particulares ou corporativos.

A estratégia de colaboração entre o MEC e as universidades federais dialogou diretamente com essa crítica, pois representou um movimento que descentralizou o protagonismo. Em vez de focar apenas em si mesmo, o órgão central (MEC) utilizou sua estrutura e alcance para dar visibilidade a outras instituições do sistema federal (as universidades federais), deslocando o foco da autopromoção para a valorização de um bem público maior: a educação superior e a ciência.



A abordagem é particularmente relevante para as Instituições Federais de Ensino Superior (Ifes), cuja comunicação enfrenta o desafio constante de traduzir a complexidade de sua atuação, no tripé ensino, pesquisa e extensão, em narrativas acessíveis e significativas para o grande público (Lima et al., 2014). Nos ambientes digitais, a comunicação em rede, a criação de parcerias e a colaboração interinstitucional tem se demonstrado muito mais eficazes do que modelos verticalizados. A atuação conjunta entre MEC e universidades, portanto, não apenas ampliou o alcance das mensagens, mas também produziu um valor simbólico crucial: reforçou a percepção de um sistema federal de ensino coeso e integrado.

Metodologia

Para atender aos objetivos propostos, o presente trabalho adotou uma abordagem qualitativa, caracterizando-se como um estudo de caso descritivo e exploratório (Yin, 2001). A metodologia foi particularmente adequada para a investigação de um fenômeno contemporâneo em seu contexto real, permitindo uma análise das práticas comunicacionais do MEC. O foco não é a generalização estatística, mas a compreensão aprofundada da lógica e dos efeitos do modelo colaborativo.

O corpus empírico da pesquisa foi delimitado e construído a partir de duas frentes complementares:

1. Matérias do portal do MEC: Foram coletadas e arquivadas em planilha eletrônica todas as 56 matérias publicadas no portal institucional do MEC que receberam o selo *O Melhor das Federais* entre agosto de 2024 e agosto de 2025. Temos um exemplo na Figura 1. A análise deste material ocorreu por meio da técnica de análise de conteúdo, com a criação de categorias para classificar cada matéria.



III CONGRESSO BRASILEIRO
DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA:
EMERGÊNCIA CLIMÁTICA
E DIREITO À INFORMAÇÃO



Figura 1 – Exemplo de matéria de promoção institucional das universidades federais no portal do MEC – no caso, iniciativa da Universidade Federal do Piauí; e “pé” com o selo *O Melhor das Federais*

Ministério da Educação

O que você procura?

Assuntos > Notícias > 2025 > Maio > UFPI pesquisa células-tronco para tratamento de animais

EDUCAÇÃO SUPERIOR

UFPI pesquisa células-tronco para tratamento de animais

Universidade Federal do Piauí, vinculada ao MEC, é pioneira no uso de células-tronco para a regeneração tecidual e o tratamento de diversas doenças em animais

Atualizado em 12/05/2025 12h13

Compartilhe:

Foto: Divulgação/UFPI

Este conteúdo é uma produção da UFPI, com apoio da Secretaria de Educação Superior (Sesu/MEC)

Fonte: Portal do MEC, disponível em <<https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/2025/maio/ufpi-pesquisa-celulas-tronco-para-tratamento-de-animais>>, acesso em 5 out. 2025

2. Publicações colaborativas (*collabs*) no Instagram: Foram selecionados, para análise, dois estudos de caso de publicações no formato *reels* pelo perfil do MEC em colaboração com a universidade federal correspondente. A seleção intencional buscou por casos que, em conjunto, ilustrassem a dualidade narrativa da estratégia:



- a) Caso 1 – Humanização (Universidade Federal de Alfenas, Unifal-MG):
Publicação que narra a história de uma mãe e suas duas filhas, as três estudantes da universidade, escolhida por seu sucesso de engajamento e apelo inspirador.

Figura 2 – Captura de tela de *reels* publicado pelo MEC em *collab* com a Unifal-MG sobre história de Maria Aparecida e suas duas filhas, todas estudantes da universidade



Fonte: Captura de tela, disponível em <https://www.instagram.com/reel/DA_MtpMhiL1/>
Acesso em 5 out. 2025

- b) Caso 2 – Inovação (Universidade Federal do Espírito Santo, Ufes):
Publicação que apresenta um robô de resgate, escolhida por seu foco em ciência e tecnologia com aplicação prática.



Figura 3 – Captura de tela de *reels* publicado pelo MEC em *collab* com a Ufes sobre robô capaz de auxiliar em situações de resgates em desastres



Fonte: Captura de tela, disponível em <https://www.instagram.com/reel/DAJJZFtt_-Q/> Acesso em 8 out. 2025

A análise dos *reels* foi multimodal, examinando a interação entre os elementos audiovisuais (plano da expressão) e os elementos textuais e narrativos (plano do conteúdo).

Análise e resultados

A análise do *corpus* de 56 matérias jornalísticas e dos dois *reels* revelou padrões claros sobre os enquadramentos, as prioridades editoriais e a eficácia da estratégia de comunicação colaborativa do MEC.

Os dados foram organizados em três eixos: a análise quantitativa do *corpus*, a análise qualitativa dos temas e a análise específica das *collabs*.



Análise quantitativa do corpus (portal do MEC)

A distribuição das 56 matérias publicadas sob o selo *O Melhor das Federais* evidenciou um esforço de abrangência nacional. A íntegra do *corpus* pode ser conferida no Apêndice A deste trabalho. A distribuição geográfica da origem das pautas foi a seguinte:

- Região Sudeste: 16 matérias (28,5%)
- Pautas nacionais/coletivas (envolve universidades de regiões diversas): 14 matérias (25%)
 - Região Nordeste: 9 matérias (16%)
 - Região Sul: 7 matérias (12,5%)
 - Região Norte: 7 matérias (12,5%)
 - Região Centro-Oeste: 3 matérias (5,5%)

O levantamento mostra que, embora o Sudeste, região com maior número de instituições, naturalmente lidere, houve uma presença relevante de todas as outras regiões. A distribuição sinaliza uma preocupação em mostrar a capilaridade do sistema federal e combater uma possível crítica de centralização da cobertura. Um quarto das pautas é “coletiva” (25%), o que é particularmente significativo. São exemplos desta categoria: “Ranking mundial destaca universidades federais no Brasil” e “Instituições federais vencem metade do Jabuti Acadêmico 2024”.

As matérias que citam diversas universidades, que geralmente abordam *rankings*, premiações ou projetos que envolvem múltiplas universidades, são estrategicamente importantes, pois ratificam a narrativa de um sistema federal coeso e integrado, em vez de instituições isoladas. São entidades que constroem a imagem de uma rede de excelência que atua em todo o território nacional.

A análise dos eixos temáticos revelou uma clara prioridade editorial na construção de uma imagem de excelência, inovação e retorno para a sociedade, de acordo com o próprio nome do selo:

- Premiações e reconhecimento: 21 matérias (37,5%)



- Inovação, ciência e tecnologia: 18 matérias (32%)
- Impacto social e extensão: 9 matérias (16%)
- Promoção institucional: 8 matérias (14,5%)

A predominância das categorias de “Premiações e reconhecimento” e “Inovação, ciência e tecnologia”, que somados correspondem a quase 70% de todo o conteúdo, sublinha uma escolha de enquadramento deliberada. Aliás, a Sesu/MEC estimula frequentemente os assessores de comunicação das universidades federais a fazerem envio de sugestões de pauta dentro desses eixos. Após recebimento dos materiais, eles são editados na Sesu/MEC e submetidos à Assessoria Especial de Comunicação Social ligada ao Gabinete do Ministro, que faz as edições finais e publica.

Sob um cenário de disputas narrativas, a estratégia se ancora em fatos de validação externa (prêmios, *rankings*) e em entregas concretas (tecnologias, soluções) para afirmar a relevância das universidades. O enquadramento funciona como um contraponto a frequentes discursos de deslegitimização, construindo um capital reputacional sólido baseado em evidências de qualidade e impacto.

Os enquadramentos

Qualitativamente, a curadoria de pautas do selo *O Melhor das Federais* construiu uma narrativa de valorização das Ifes. As matérias sobre premiações, como as vitórias no Prêmio Jabuti ou em competições internacionais da Nasa, funcionaram como validações externas da qualidade do ensino e da pesquisa.

Já as pautas de inovação traduziram a complexidade da ciência em entregas tangíveis e de alto impacto, como a “internet quântica” da Universidade Federal Fluminense (UFF), a “técnica que acelera o diagnóstico de câncer infantil” da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), ou o “robô de resgate” da Ufes.

As pautas de impacto social, embora em menor número, foram igualmente potentes, destacando o papel extensionista das universidades em áreas como saúde (exemplo: o navio da Universidade Federal do Oeste do Pará (Ufopa)), direitos humanos (a plataforma contra a segregação da UFF) e sustentabilidade (o saneamento ecológico



da Universidade Federal Rural da Amazônia (Ufra), em aldeias indígenas). Por fim, o fortalecimento institucional foi noticiado através de marcos como a criação de novos campi e a celebração de aniversários, reforçando a solidez e a expansão do sistema.

Collabs

A análise dos dois *reels* colaborativos demonstrou a versatilidade e a eficácia da estratégia para além do portal de notícias, adaptando a mensagem para a linguagem dinâmica das redes sociais e, neste caso, do Instagram.

- Caso 1 – Unifal-MG (Humanização): O vídeo, com 33,6 mil visualizações, utilizou uma abordagem de *storytelling* emocional para contar a história de uma mãe e suas filhas na universidade. A narrativa foi construída sobre valores universais como inclusão, sonho e superação, gerando alta identificação. A legenda (“provam que a educação e a universidade são para todo mundo”) e a trilha sonora que traduz inspiração reforçam a mensagem central de que a universidade federal é um espaço de transformação de vidas. A abordagem humanizada, protagonizada por mulheres pretas de idades diferentes, oriundas do interior de Minas Gerais, é potente e fundamental na comunicação pública, pois, como aponta Bucci (2015), ela afasta a instituição de uma imagem burocrática e a aproxima do cidadão. O fato de ter se tornado o *reel* mais visto da universidade é uma prova concreta do poder de amplificação da *collab* com seu órgão superior, que levou uma história local a um público nacional, mesclando diversidade, acesso à graduação e representatividade, o que só foi possível graças à união de esforços.

- Caso 2 – Ufes (Inovação): Com 26 mil visualizações, o vídeo adotou uma estética mais tecnológica e informativa para apresentar o robô de resgate, com falas dos pesquisadores envolvidos. A estratégia aqui foi a da divulgação científica eficaz: traduzir uma pesquisa complexa em um produto com benefício social claro e imediato (salvar vidas em desastres, aliás o que a universidade federal faz com o país direta ou indiretamente todos os dias). O conteúdo, com legendas curtas, imagens do protótipo em ação, comunicou de forma rápida a relevância da pesquisa. A abertura com o selo “Como



MEC é” mostra que, para este vídeo, o Ministério acabou reutilizando outro selo que utilizava para finalidades parecidas, com o propósito de destrinchar algum tema da educação. Mais pra frente, os *reels* mais recentes já confluíram com o selo do portal também. A legenda (“Nossas universidades federais estão cheias de talentos”) cumpriu a função de conectar o caso específico da Ufes a uma valorização de todo o sistema, alinhando-se ao objetivo estratégico da comunicação em rede e reforçando o papel das Ifes na produção de conhecimento, conforme discutido por Lima et al. (2014).

Juntos, os dois casos ilustram uma estratégia de comunicação pública importante: a capacidade de contar tanto as grandes histórias de inovação científica quanto as de caráter promocional, e humanas, histórias de transformação social que acontecem diariamente nos campi.

Considerações finais

A análise dos dados confirmou que a união de esforços entre o MEC e as universidades federais, por meio do selo *O Melhor das Federais* e das *collabs* no Instagram, configura-se como um caso emblemático de boa prática em comunicação pública. A iniciativa superou uma lógica de comunicação fragmentada, projetando a imagem de um sistema coeso e sinérgico, apropriando-se de forma inteligente das dinâmicas das plataformas digitais para maximizar o alcance de pautas de interesse público.

O principal achado do estudo, portanto, aponta para o potencial da comunicação colaborativa em rede como um modelo estratégico não apenas para o campo da educação, mas para outros entes. A lógica aqui, na qual o órgão central atua como um potente amplificador das realizações de suas vinculadas, é a que se gera um ciclo virtuoso de valorização mútua. O modelo pode inspirar arranjos por corolário, como a relação do Ministério da Saúde com a Fiocruz, ou do Ministério da Ciência e Tecnologia com seus institutos de pesquisa, ou de tribunais, por exemplo.

Ademais, o modelo parece ser potencialmente replicável para além do Poder Executivo, podendo inspirar estratégias de comunicação para o Poder Judiciário e para o



Legislativo. A pesquisa mostra que, em um cenário de alta competição pela atenção, a colaboração não é apenas uma opção, mas um caminho estratégico para que as instituições públicas cumpram com mais eficácia sua missão de comunicar e dialogar com o cidadão, fortalecendo, em última instância, a própria democracia.

Referências

- BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso**: a comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012.
- ESCUDERO, Regina. **Comunicação pública – a voz do cidadão na esfera pública**: construindo um novo paradigma profissional. Curitiba: Appris, 2015.
- FRANÇA, Victor. **Políticas de comunicação**: conceitos e realidades em universidades federais. 2024. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.
- HASWANI, Mariângela Furlan. **Comunicação pública**: bases e abrangências. São Paulo: Saraiva, 2013.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.
- LIMA, Fábia Pereira; BITTENCOURT, Maíra; SALGADO, Ivanei (org.). **Comunicação pública nas Instituições Federais de Ensino Superior**. Belo Horizonte: Incipit, 2014.
- MOURA, Mariluce. **Universidades públicas realizam mais de 95% da Ciência no Brasil**. UFPA, 11 abr. 2019. Disponível em <<https://ufpa.br/universidades-publicas-realizam-mais-de-95-da-ciencia-no-brasil>> Acesso em: 6 out. 2025.
- YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Apêndice A – Corpus de análise: matérias sob o selo *O Melhor das Federais* do MEC, entre agosto de 2024 e agosto de 2025

Título	Data da publicação	Universidade	Região
Instituições federais vencem metade do Jabuti Acadêmico 2024	08/08/2024	Diversas	Diversas
Ranking mundial destaca universidades federais no Brasil	19/08/2024	Diversas	Diversas
UFG recebe medalha internacional por contribuição à ciência	05/09/2024	UFG	Centro-Oeste



Universidades federais vencem Prêmio Luiz Beltrão 2024	09/09/2024	Diversas	Diversas
Instituições federais de ensino vencem competição de veículo sustentável	10/09/2024	UFSC	Sul
Ufes desenvolve robô que pode auxiliar operações de resgate	11/09/2024	Ufes	Sudeste
Ufam apresenta robô de telepresença para desafios de pandemia e seca	12/09/2024	Ufam	Norte
UFRN cria dispositivo que torna cirurgias menos traumáticas	13/09/2024	UFRN	Nordeste
Unifal-MG lidera criação de IA que prevê ação de medicamentos	16/09/2024	Unifal-MG	Sudeste
UFF lidera primeira rede de internet quântica do Brasil	17/09/2024	UFF	Sudeste
UFRJ é bicampeã internacional em competição de petróleo e gás	25/09/2024	UFRJ	Sudeste
Brasil é líder em ranking de universidades latino-americanas	07/10/2024	Diversas	Diversas
Unifesspa debate commodities em economias periféricas na ONU	31/10/2024	Unifesspa	Norte
Universidades federais se destacam em prêmio de design	01/11/2024	Diversas	Diversas
UFBA e UFMG se destacam em competição de direito	06/11/2024	Diversas	Diversas
UFPB cria foguete que ajuda na recuperação da Caatinga	08/11/2024	UFPB	Nordeste
UFCSPA e UFPA projetam medicamentos amazônicos	14/11/2024	Diversas	Diversas
Brasil lidera expedição inédita à Antártida	25/11/2024	UFRGS	Sul
UTFPR conquista prêmio Jovem Inovador dos Brics	05/12/2024	UTFPR	Sul
Unila projeta IA para criação de material escolar quilombola	06/01/2025	Unila	Sul
Universidades federais aderem à Aliança Global Contra a Fome	09/01/2025	Diversas	Diversas
Brasil lidera novas nomeações para Academia Mundial de Ciências	10/01/2025	Diversas	Diversas
UFF é a 1ª universidade do Brasil a assinar Declaração de Barcelona	14/01/2025	UFF	Sudeste
Unifesp realiza tratamento inédito contra o câncer de mama	23/01/2025	Unifesp	Sudeste
Universidades federais se destacam entre as melhores do mundo	28/01/2025	Diversas	Diversas
Universidade Federal de Uberlândia vence competição da Nasa	31/01/2025	UFU	Sudeste
Navio da Ufopa leva saúde a comunidades do Pará	14/02/2025	Ufopa	Norte
Universidades federais se destacam em ranking espanhol	21/02/2025	Diversas	Diversas
UFRRJ inaugura Museu de Rochas e Minerais	18/03/2025	UFRRJ	Sudeste



UFRN projeta tecnologia para mitigar mudanças climáticas	21/03/2025	UFRN	Nordeste
Unila completa 15 anos de transformações em 2025	24/03/2025	Unila	Sul
Mais de 70 instituições de ensino ganham Selo ODS Educação	25/03/2025	Diversas	Diversas
UFG abre seleção para seu novo campus em Cidade Ocidental	25/03/2025	UFG	Centro-Oeste
UFPI faz diagnóstico de doenças genéticas à população	01/04/2025	UFPI	Nordeste
Ufra leva saneamento ecológico para aldeia no Pará	04/04/2025	Ufra	Norte
Inauguradas turmas de Medicina e Licenciatura Indígena	08/04/2025	Ufopa	Norte
UFF lança plataforma global na luta contra a segregação	10/04/2025	UFF	Sudeste
UFPA vence maratona nacional de computação	14/04/2025	UFPA	Norte
Unifesp desenvolve jogos digitais educativos	16/04/2025	Unifesp	Sudeste
UFF cria bateria que pode transformar mercado de energia	23/04/2025	UFF	Sudeste
UFMA e IFMA vencem o Prêmio LED 2025	25/04/2025	UFMA	Nordeste
UFPI pesquisa células-tronco para tratamento de animais	12/05/2025	UFPI	Nordeste
UFRJ desenvolve tecnologias para pessoas com deficiência	15/05/2025	UFRJ	Sudeste
UnB lança portal que mapeia literatura brasileira contemporânea	21/05/2025	UnB	Centro-Oeste
Unifal-MG é selecionada para pesquisar uso de IA na enfermagem	27/05/2025	Unifal-MG	Sudeste
Ufopa abre seleção para seu novo campus em Rurópolis (PA)	06/06/2025	Ufopa	Norte
UFFS lança documentário sobre práticas de Educação Integral	13/06/2025	UFFS	Sul
Brasil vence competição internacional de foguetes nos EUA	16/06/2025	UFABC	Sudeste
Universidade brasileira recebe prêmio de pesquisa no Canadá	22/07/2025	Ufac	Norte
Federais lideram pesquisas sobre emergência climática no Brasil	29/07/2025	UFVJM, UFBA e UFRPE	Sul e Nordeste
Universidades federais vencem seleção de documentários	31/07/2025	UFPR, UFPA, UFPE e UnB	Diversas
UFC é destaque internacional em pesquisa sobre o meio digital	07/08/2025	UFC	Nordeste
Instituições federais ganham destaque no Prêmio Jabuti 2025	08/08/2025	Diversas	Diversas
UFABC e UFSM são premiadas por pesquisa sobre imigração forçada	13/08/2025	UFABC e UFSM	Sul e Sudeste
UFRJ cria técnica que acelera diagnóstico de câncer infantil	22/08/2025	UFRJ	Sudeste



III CONGRESSO BRASILEIRO
DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA:
EMERGÊNCIA CLIMÁTICA
E DIREITO À INFORMAÇÃO



UFRN cria sistema para monitoramento neurológico pediátrico	25/08/2025	UFRN	Nordeste
---	------------	------	----------