

Os públicos estratégicos da Uergs

Uma empresa ou organização e, em particular, uma universidade pública como a Uergs, interage, ao longo do tempo, com um número considerável de públicos. Deste conjunto de agrupamentos com que ela se relaciona, merecem principal atenção os chamados públicos estratégicos, ou de interesse, ou ainda “stakeholders”.

Os públicos estratégicos da Uergs são todos aqueles que contribuem, direta ou indiretamente, para a consecução dos seus objetivos e que, ao mesmo tempo, influenciam a sua atuação e são por ela influenciados.

Na prática, é possível distinguir, neste conjunto, alguns públicos que são considerados essenciais para a Universidade, ou seja, ela depende destes públicos para o seu adequado funcionamento. Podem ser citados, de imediato, nesta condição, os alunos e empregados (docentes, técnicos e de apoio administrativo) que têm em comum o fato de manterem vínculo estreito com a Uergs, estando presentes de forma permanente na vida da instituição. Há também públicos estratégicos importantes, mas que não são essenciais, ou seja, embora constituam-se em parceiros ou tenham interesses comuns com a Universidade, não podem ser considerados indispensáveis para o seu funcionamento regular. Temos, como exemplo de públicos estratégicos não essenciais, os dirigentes das organizações do Terceiro Setor, os jornalistas, os sindicatos etc.

O conhecimento mais detalhado do perfil destes públicos, de suas demandas e expectativas em relação à Universidade, é fundamental para o processo de consolidação do relacionamento e para evitar tensões ou conflitos, muitas vezes originados por uma comunicação ineficiente ou mesmo pela falta de comunicação.

A etapa inicial da construção da Política de Comunicação da Uergs teve como foco identificar cada um destes públicos porque, pela sua relevância, eles devem merecer prioridade no estabelecimento de ações ou estratégias de relacionamento, bem como na definição de canais que favoreçam esta interação.

Os públicos estratégicos, explicitamente citados neste documento da Política de Comunicação, têm como característica a sua relação com a Uergs como um todo. Cada unidade e cada campus em particular costumam também interagir com determinados públicos, além desses aqui enunciados, que têm importância local ou regional, e é imperioso contemplá-los no desenvolvimento dos planos de comunicação.

É imprescindível que a Uergs defina, para cada público em particular, a área, setor ou mesmo gestores e profissionais responsáveis pela interação com estes públicos, de modo que, para cada um deles, se possa, ao longo do tempo, desenvolver ações que incrementem e consolidem este relacionamento.

Os públicos estratégicos da Uergs estão listados a seguir, agrupados em duas categorias principais - os públicos internos e os públicos externos.

1) Públicos internos

Os públicos internos estão representados por aqueles que participam direta e permanentemente da rotina da Universidade, alguns dos quais mantêm com ela vínculo funcional, como os empregados (docentes, técnicos e apoio administrativo).

a) Gestores da Universidade (reitor, vice-reitor, pró-reitores, diretores regionais, diretores de departamentos, coordenadores de cursos, coordenadores de áreas, chefes de unidades, membros do Consun e Conepe).

Os gestores, em seus vários níveis, desempenham papel fundamental no processo de tomada de decisões relativas à Universidade.

b) Empregados

Os empregados incluem os técnicos e os de apoio administrativo, os professores efetivos, substitutos e temporários e se caracterizam pelo fato de manterem vínculo funcional com a Universidade. É preciso considerar também os professores de instituições parceiras e que participam de atividades conjuntas de ensino em nossa instituição. Assim como os alunos, os docentes da Uergs

exibem perfis diferenciados, de acordo com as áreas dos cursos de graduação e pós-graduação aos quais estão vinculados. Da mesma forma, os empregados do quadro técnico e de apoio administrativo exibem competências diversas, buscando dar suporte, de forma abrangente, às necessidades da instituição.

c) Alunos (estudantes de graduação e pós-graduação)

Os alunos da Uergs estão distribuídos nas unidades, que integram sete campi regionais, e matriculados em cursos de graduação ou pós-graduação (*lato e stricto sensu*), que atendem a vocações e demandas distintas.

d) Estagiários

A Uergs mantém programa de estágios para alunos da Universidade e de outras Instituições de Ensino Superior (IES), favorecendo a capacitação acadêmica e profissional dos seus estudantes.

e) Terceirizados

Os terceirizados constituem um segmento importante dos recursos humanos da Uergs, porque, embora não mantenham com ela vínculo funcional, sendo contratados de empresas do mercado, prestam serviços de forma continuada para a Universidade. Eles podem realizar trabalhos em várias áreas ou setores da instituição e, assim como em outras organizações, constituem a maioria no desenvolvimento de serviços de limpeza e vigilância, por exemplo.

2) Públicos externos

Os públicos estratégicos que não se situam no âmbito interno da Universidade constituem os públicos externos. Eles representam interesses diversos e contemplam a Uergs a partir de perspectivas específicas, derivadas de sua condição particular. Pode-se mencionar, dentre eles, os jornalistas, os representantes dos poderes legislativo, executivo e judiciário, os pesquisadores, os extensionistas, os fornecedores de produtos e serviços, entre outros.

É importante ressaltar que os públicos estratégicos externos podem interagir com a Universidade em alguns momentos com maior ou menor intensidade, em função dos interesses que representam e das circunstâncias

que caracterizam a dinâmica da sociedade, em suas múltiplas dimensões (políticas, econômicas, sócio-culturais, acadêmico-científica etc).

Listamos a seguir os diversos públicos estratégicos externos e sua denominação já explícita a sua abrangência e a sua importância.

- a) *Conselhos Regionais de Desenvolvimento (Coredes)***
- b) *Dirigentes de associações, cooperativas, sindicatos e entidades estudantis***
- c) *Dirigentes de instituições privadas (setor produtivo em geral)***
- d) *Dirigentes de instituições públicas***
- e) *Dirigentes de organizações do terceiro setor (organizações sem fins lucrativos e não governamentais)***
- f) *Dirigentes e gestores de agências de fomento e órgãos de credenciamento***
- g) *Dirigentes e professores de escolas de educação básica***
- h) *Dirigentes e professores de Instituições de Ensino Superior***
- i) *Egressos***
- j) *Estudantes e graduados no Ensino Médio***
- k) *Extensionistas***
- l) *Pesquisadores***
- m) *Profissionais da mídia***
- n) *Representantes do poder Executivo, Legislativo e Judiciário***

A Política de Comunicação contempla capítulos específicos sobre a comunicação com os públicos internos, a comunicação com os públicos externos, e os canais de relacionamento utilizados para interação com os públicos estratégicos. Neles, será possível identificar ações e posturas recomendadas para a comunicação com estes públicos, que estarão definidas nos Planos de Comunicação elaborados a partir da Política.

A necessidade de avaliação permanente

Dada a importância dos públicos estratégicos da UerGs, é fundamental definir e realizar, ao longo do tempo, com periodicidade variável a cada caso, e mesmo em função de determinadas circunstâncias (desenvolvimento de programas especiais, situações de crise institucional etc.), processos de avaliação permanente, como sondagens ou pesquisas de opinião, de modo a identificar as demandas e expectativas destes públicos, bem como a sua percepção em relação à Universidade e, em particular, à eficácia de sua comunicação.