

## **A comunicação com os públicos externos**

Assim como na comunicação interna, o relacionamento com os públicos externos estratégicos (ver capítulo específico sobre públicos estratégicos) deve ser planejado, com a realização de ações e estratégias que tenham objetivos bem definidos e alinhados com as diretrizes desta Política de Comunicação.

A diversidade e a heterogeneidade de perfis dos públicos externos demandam uma atenção especial às suas demandas e expectativas para que o relacionamento fortaleça as parcerias na realização de trabalhos conjuntos e contribua para a maior visibilidade da marca Uergs e a consolidação da imagem e da reputação da Universidade.

Alguns desses públicos, como os profissionais que atuam nos diferentes meios de comunicação (locais, regionais e nacionais), merecem atenção especial no documento da Política de Comunicação (vide capítulo sobre Relacionamento com a Mídia), porque vão requerer, da estrutura de comunicação profissionalizada da Uergs, iniciativas específicas para o incremento desta interação.

A comunicação com os públicos externos deve estar respaldada em pressupostos básicos, como o profissionalismo, a transparência, a agilidade de resposta às demandas e solicitações e a avaliação permanente deste relacionamento.

O Plano de Implementação da Política de Comunicação deverá prever, para cada um dos públicos estratégicos externos, explicitados neste documento, ações a serem desenvolvidas a curto, médio e longo prazos, em função das prioridades e objetivos institucionais, que sofrem alterações no decorrer do tempo. A proposta é que se possa, gradativamente, aumentar o conhecimento sobre o perfil destes diferentes públicos, com o acompanhamento regular dos seus canais de comunicação, a identificação de seus vínculos com temas de interesse comum e, inclusive, a análise das iniciativas desenvolvidas pela Universidade que podem impactá-los positivamente.

É fundamental que estejam definidas áreas, setores, departamentos ou mesmo pessoas que efetivamente se responsabilizem pela coordenação de processos de interação com os públicos externos, de modo a garantir que

existam ações de comunicação que, concretamente, favoreçam esta aproximação.

É possível realizar iniciativas importantes para promover o incremento da interação com alguns destes públicos. Para citar apenas um exemplo: no caso dos egressos, é imprescindível manter um cadastro atual dos ex-alunos (de graduação e pós-graduação) e acompanhá-los em sua trajetória, visto que normalmente irão desempenhar funções no mundo do trabalho, da política, e na sociedade de maneira geral. É fundamental que eles estejam permanentemente informados sobre as atividades da Uergs e suas realizações, e que possam contribuir para divulgá-las junto à sua rede de relacionamentos. Além disso, é importante que sejam convidados, em determinados momentos, em função de sua área de formação e papel desempenhado no mundo externo, a participar de ações da Universidade e a estabelecer parcerias de interesse de ambas as partes.

O relacionamento com os públicos estratégicos deve ser realizado a partir dos canais formais mantidos pela Universidade - em especial, o site, as mídias sociais e a *newsletter* (consultar o capítulo específico sobre canais de relacionamento) - e também com a realização de eventos conjuntos e de programas especiais sob a responsabilidade das Pró-Reitorias de Ensino, de Pesquisa e Pós-Graduação, e de Extensão.

No caso de públicos externos com vínculo local e regional, ações específicas de comunicação devem ser realizadas pelas unidades universitárias, integradas nos diversos campi, sob a coordenação das diretorias regionais.

A Uergs deve dispor de mecanismos formais e informais para estimular a interação com estes públicos, prospectando as suas reivindicações e demandas, e realizar, periodicamente, avaliações destas parcerias e sondagens para captar a percepção destes públicos em relação à Universidade e às suas práticas de comunicação. Com isso, será possível redimensionar os canais de relacionamento utilizados, quando for o caso, ou até mesmo criar canais específicos para promover maior interação.