**A comunicação com os públicos externos**

O processo de relacionamento da Unifap com os públicos externos deve estar respaldado em um planejamento abrangente e que leva em conta a diversidade de perfis e de vínculos, interações e motivações que caracterizam esse relacionamento.

Alguns desses públicos merecerão, na Política de Comunicação, atenção especial dada a sua importância intrínseca e sobretudo a sua influência decisiva na formação da identidade, da imagem e da reputação da Unifap. A esse respeito, é preciso mencionar a comunidade acadêmico-científica, a imprensa (veículos e jornalistas), a comunidade, as entidades sindicais e representativas dos públicos internos (alunos, docentes e servidores de maneira geral), dentre outros.

Para todos os públicos, no entanto, é fundamental observar alguns pressupostos básicos que permitam incrementar a interação e acompanhar permanentemente as suas percepções, demandas e expectativas em relação à Universidade.

**Comunicação externa: pressupostos básicos**

A Unifap tem um conjunto diversificado e amplo de públicos externos estratégicos e, para cada um deles, deve definir, em seu planejamento de comunicação, ações, estratégias e canais de relacionamento com o objetivo de mantê-los atualizados sobre a atuação da Universidade.

É forçoso admitir que existem demandas distintas, oriundas de cada um desses públicos, e, neste sentido, é fundamental explicitar claramente os setores responsáveis por captá-las de modo a reunir condições de atendê-las, sempre que elas contribuam para o fortalecimento destas parcerias estratégicas e da própria Universidade.

De maneira geral, a Unifap deve estabelecer ações que considerem cada um dos seus públicos externos. A seguir, enunciamos ações necessárias e que contemplam alguns públicos externos relevantes para a Universidade.

***1) Os Egressos***

Os egressos representam, na prática, multiplicadores da competência da Unifap nas áreas de ensino, pesquisa e extensão, e, após a sua saída da Unifap, estarão presentes no mercado de trabalho, atuando como profissionais, docentes, gestores ou empresários; no mundo da política, participando de decisões que impactam a cidadania e, em particular, o universo da educação, da ciência e da tecnologia; no universo da comunicação, com influência decisiva junto à opinião pública, e assim por diante.

Definir um programa de comunicação que mantenha os egressos atualizados sobre a Unifap é, portanto, indispensável e ele deve ser planejado de modo a contemplar um cadastro permanente dos ex-alunos (que reúna dados precisos sobre a sua inserção no mundo do trabalho (profissional, político, empresarial etc) e um canal de relacionamento.

A aproximação da Unifap com os egressos pode ser realizada pela veiculação permanente de notícias que digam respeito a eles no Portal da Universidade, em reportagens na Rádio Universitária, nas mídias sociais (Facebook, YouTube etc), e mesmo em eventos da Unifap voltados para os públicos internos e externos. Eles podem atuar como divulgadores por ocasião do processo seletivo (vestibular) e, com o seu testemunho sobre a contribuição da Unifap para a sua formação, estimular novos alunos para os seus diversos cursos.

***2) Os aposentados***

Os aposentados, a exemplo dos egressos, representam público importante porque acumularam, durante um longo tempo de convivência, uma relação estreita e intensa com a Unifap e podem atuar como multiplicadores e legitimadores de sua atuação.

Mantê-los atualizados sobre o dia-a-dia da Universidade e buscar, sempre que possível, envolvê-los em atividades que permitam a aproximação com a Unifap representam ações que sinalizam para o reconhecimento da Universidade à contribuição desse público para o seu desenvolvimento institucional.

***3) O setor produtivo***

O relacionamento da Unifap com o setor produtivo deve ser contemplado com ações e programas específicos de comunicação, tendo em vista o estabelecimento de parcerias em projetos de interesse da Universidade e da comunidade.

Na prática, este relacionamento é estratégico para as áreas de ensino, pesquisa e extensão, na medida em que a Universidade forma profissionais e mesmo gestores para o mercado de trabalho, desenvolve projetos de pesquisa e inovação que fomentam a atuação do setor produtivo e conta com a sua colaboração em programas de extensão.

Pode-se cogitar de espaço específico no Portal, de entrevistas que reforçam a importância desta parceria na Rádio Universitária e mesmo da produção de um canal para incrementar esta interação, como uma newsletter eletrônica, com informações que possam ser de interesse deste público estratégico. A realização de eventos, internos e externos, com a parceria do setor produtivo, garante também esta aproximação.

***4) Organizações do Terceiro Setor e movimentos sociais***

Dada a crescente importância das organizações do Terceiro Setor e dos movimentos sociais, que defendem legitimamente causas e fortalecem a cidadania, a Unifap deve contemplá-los, em sua prática comunicacional, buscando identificar a oportunidade de estabelecer parcerias estratégicas e produtivas.

É importante dispor de um cadastro atualizado destes públicos, com atenção ao seu foco e formas de atuação (meio ambiente, direitos humanos, saúde etc) e um acompanhamento permanente de seu trabalho.

Eles devem estar presentes, de forma explícita, quando em parceria com a Unifap, nas notícias do Portal, na Rádio Universitária, nas suas publicações e eventos, o que contribui para projetar o compromisso da Universidade com o interesse público