

## Plano de Comunicação RETS 2019-2022

### 1. Antecedentes

A Rede Internacional de Educação de Técnicos em Saúde (RETS) foi criada em 1996, no México, a partir de uma iniciativa da Organização Pan-Americana da Saúde (Opas). Sua primeira conformação envolvia um pequeno grupo de cerca de 20 pessoas, de dez organizações de cinco países – Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba e México –, e mais um representante do Programa de Recursos Humanos da Opas e um representante do escritório da Opas no México.

Naquele momento, foram definidos seis projetos dinamizadores, dentre os quais o de Difusão da Rede, que deu origem ao ‘Boletim da Rede de Formação de Técnicos em Saúde’, publicado em espanhol, pela então Secretaria Executiva, sediada na Universidade da Costa Rica. O objetivo expresso do Boletim, para o qual já se solicitava **participação ativa de todos os membros**, era o de divulgar a rede e os avanços de seus projetos dinamizadores. O primeiro número do Boletim foi impresso em agosto de 1997; o quinto e último, em dezembro de 1999.

Atualmente, a RETS reúne cerca de 100 membros de mais de 20 países, incluindo instituições de formação de técnicos em saúde, órgãos de governo relacionados à formação de recursos humanos para saúde e organismos internacionais ou multilaterais ligados direta ou indiretamente ao tema. No que diz respeito às estratégias e ferramentas utilizadas na comunicação da RETS também houve várias mudanças importantes desde que a EPSJV/Fiocruz assumiu a Secretaria Executiva, em 2005, todas elas com o objetivo geral de “facilitar a produção de informação e a comunicação entre os integrantes da RETS e entre a rede e o público externo.

Durante a 2ª Reunião Geral da RETS, realizada em dezembro de 2009, foi proposto e discutido um Plano de Comunicação, que permanece em vigor até hoje. No momento atual, em que se avizinha a realização da 4ª Reunião Geral da RETS, a Secretaria Executiva aponta para a necessidade de discutir e propor um novo Plano de Comunicação que, considerando os produtos já existentes – Site e Boletim Eletrônico da RETS –, estabeleça estratégias e proponha novos caminhos para o período de 2019 a 2022.

### 2. Objetivos

1. Contribuir para a consecução dos objetivos expressos no Regulamento da RETS<sup>1</sup>;

<sup>1</sup> (I) Compartilhar informações e conhecimentos relacionados às áreas de Saúde, Educação e Trabalho; (II) Identificar problemas, necessidades e interesses comuns relativos à educação de técnicos em saúde, buscando alternativas que possam ser compartilhadas; (III) Promover a articulação entre as instituições-membro para ampliar e fortalecer suas atividades de ensino, pesquisa e cooperação técnica; (IV) Potencializar o desenvolvimento de pesquisas em parceria entre as instituições-membro; (V) Dar visibilidade à situação atual de formação dos trabalhadores técnicos da área da

2. Aprimorar a comunicação entre a Secretaria Executiva e seus membros, de forma a permitir a gestão mais eficiente da RETS e de suas sub-redes;
3. Facilitar a comunicação entre os membros, a fim de estimular o trabalho conjunto e as ações de cooperação bi ou multilaterais;
4. Ampliar e aperfeiçoar a comunicação entre a Rede e a sociedade, para aumentar a visibilidade das questões relacionadas ao desenvolvimento da força de trabalho em saúde e dos temas nacionais e globais de saúde; e
5. Divulgar o trabalho realizado pela Rede e por seus membros, de forma a fortalecer a imagem institucional da Rede, tornando-a referência em sua área de atuação e ampliando o alcance de suas ações.

Nesse sentido, a ideia é alinhar as ações de comunicação interna e externa da RETS à realidade atual, considerando as ações existentes e dando continuidade a algumas iniciativas já desenvolvidas nessa área, mas também criando novos processos e mecanismos que possam atender necessidades específicas expressas neste plano.

- Quais? (bases de dados específicas, fóruns e listas de discussão pela internet, mídias sociais, folder institucional, participação em eventos da área com identidade RETS)
- Como? (viabilidade técnica e operacional)
- Com que recursos? (viabilidade financeira)
- Por quem? (Secretaria Executiva, pontos focais de comunicação, pontos focais da Rede)

### 3. O Plano de Comunicação 2019 - 2022

O processo de elaboração de um novo plano, mais adequado à conjuntura atual, de redução de recursos financeiros disponíveis para a Rede e conseqüente redução da equipe responsável pela comunicação no âmbito da Rede, envolve quatro etapas distintas:

- Alinhamento Estratégico;
- Diagnóstico das estratégias, ações e ferramentas utilizadas até então;
- Estruturação; e
- Validação do novo plano pelos membros da Rede.

---

saúde, facilitando a identificação de tendências e necessidades educacionais; (VI) Compartilhar metodologias e recursos tecnológicos destinados às atividades de ensino, pesquisa e cooperação técnica relacionadas à educação de técnicos em saúde; e (VII) Propiciar o intercâmbio de docentes e alunos da formação técnica entre as instituições membro com vistas à ampliação e ao fortalecimento do processo educativo.

#### 4. Alinhamento Estratégico

Os requisitos de um Plano de Comunicação para uma Rede, especialmente uma rede internacional, são bem diferentes dos de um Plano elaborado para uma organização ou uma empresa, na medida em que ele deve prever a comunicação de muitos para muitos, atendendo necessidades e expectativas de um grupo bastante heterogêneo de instituições e pessoas que muito pouco têm em comum, além do interesse por um determinado tema e/ou a defesa de uma causa específica. Além disso, deve ser capaz de chamar atenção da sociedade para o tema, ajudando a induzir a criação de políticas específicas sobre o assunto.

O conteúdo deste plano visa orientar as ações de comunicação de curto, médio e longo prazo, tendo como referência os objetivos da RETS, tendo ainda a capacidade de se adequar rapidamente à dinâmica da mesma e às condições externas que afetam seu funcionamento. O Plano está dividido em dois blocos estratégicos – comunicação interna e comunicação externa – com ações que se complementam, mas que podem ser implementadas separadamente, de acordo com o momento estratégico e os recursos disponíveis.

#### Resultados esperados

- Maior integração entre os membros da Rede e entre os membros e a Secretaria Executiva;
- Imagem da RETS fortalecida junto a seus membros e ao público em geral;
- Tema da formação e trabalho dos técnicos em saúde mais presentes nas discussões sobre recursos humanos em saúde; e
- A RETS como referência internacional, especialmente na América Latina e na África de língua portuguesa, para o tema da formação de técnicos em saúde.

#### Públicos estratégicos

Por conta das características das Redes, é essencial estimular a participação ativa de seus membros. Nesse sentido, é fundamental desenvolver estratégias que criem maior envolvimento entre eles, bem como entre eles e a Secretaria Executiva da Rede. Além de seu caráter informativo e facilitador da gestão da Rede, a comunicação interna visa ao engajamento e à mobilização dos membros, bem como ao estímulo a ações de cooperação entre eles.

No caso da comunicação externa, o Plano deve considerar a multiplicidade de públicos que, ao estarem direta ou indiretamente relacionados aos temas da formação e do trabalho dos técnicos em saúde, podem ser alvo de ações comunicativas permanentes ou pontuais, dependendo dos objetivos a serem alcançados em diferentes contextos.

## 5. Comunicação interna

### 5.1. Objetivos estratégicos

A comunicação constante e efetiva entre os participantes é um dos pilares de uma rede, nesse sentido não deve se resumir apenas à transferência e disseminação unilateral de informação, mas à troca e construção conjunta, num processo que ajude a fortalecer os elos que unem os nós da rede – no caso da RETS, as instituições-membros e a Secretaria Executiva –, potencializando os resultados das ações desenvolvidas por cada um dos atores isoladamente e pela Rede como um todo.

De fato, a própria existência de uma rede de organizações só faz sentido real quando os membros trocam informações entre si, de modo a fortalecer o diálogo e intercâmbio de informações que possam contribuir para o seu próprio crescimento e para o estabelecimento de ações conjuntas. Além disso, a comunicação interna também deve fortalecer a informação da Secretaria Executiva com os membros da Rede e vice-versa, a fim de tornar a gestão da rede mais eficiente.

### 5.2. Diagnóstico

Apesar dos esforços realizados, a comunicação interna da rede não tem conseguido atingir plenamente seus objetivos, o que, de maneira geral, não contribui para o fortalecimento da relação entre os membros e entre eles e a Secretaria Executiva. A utilização dos e-mails como principal forma de comunicação acaba sendo insuficiente para estimular discussões mais plurais sobre determinados assuntos que poderiam ser de interesse de todos.

Fortalecer a comunicação interna é primordial para a gestão da Rede, que depende, entre outras coisas, da atualização periódica de dados cadastrais dos membros. Também é preciso buscar outros meios que favoreçam um contato mais frequente entre as instituições que integram a RETS, uma vez que a realização das reuniões presenciais demanda um volume de recursos que nem sempre está disponível. O plano anterior privilegiou a comunicação externa da Rede, o que implica voltar nosso olhar para novos processos e ferramentas que possam alavancar a comunicação interna nessa nova fase.

### 5.3. Processos de comunicação interna

Tanto quanto definir novas ferramentas de comunicação interna é importante ressaltar a necessidade de revisar o processo de organização das informações disponíveis, de forma a torná-las mais acessíveis a todos.

Nesse sentido, cabe destacar:

## Mapa das organizações-membro

O dinamismo de uma rede, considerado como uma de suas fortalezas, também acaba se transformando num dos grandes desafios para sua gestão. A todo o momento, chegam novos membros, mudam as pessoas responsáveis pelas instituições e nem sempre tem sido possível manter esses dados atualizados e todos os membros informados sobre as mudanças, o que dificulta o acesso dos membros a seus pares. Atualmente, para obterem informações sobre as demais instituições, os membros devem utilizar o site da RETS, uma ferramenta de comunicação externa.

Para favorecer esse intercâmbio de informações, fomentando possíveis parcerias, sugerimos o aperfeiçoamento do mapa de membros existente, que deve ser atualizado periodicamente e colocado à disposição de todos os membros, numa área de acesso comum on-line (um grupo fechado de Facebook ou no Google Drive, por exemplo). A ideia é que sempre que houver alteração no mapa, por entrada ou saída de um membro ou por razões de atualização cadastral dos membros existentes, todos sejam notificados. Destaca-se que esse mapa também funciona como uma ferramenta estratégica para a gestão da Rede e que é fundamental que os membros também colaborem para a sua atualização, enviando alterações necessárias para a Secretaria Executiva.

## Fluxo de informações e documentos

Atualmente não há nenhum documento que informe aos membros a melhor forma de envio de informações e documentos para a Secretaria Executiva, o que torna esse processo pouco efetivo. A sugestão é que seja criado um pequeno manual orientador da comunicação entre os membros e a para a Secretaria Executiva e vice-versa, bem como da comunicação entre os membros. Esse manual seria acrescentado ao KIT de funcionamento da RETS.

## Material institucional

A atualização e padronização do material institucional da RETS é uma iniciativa de grande importância no que diz respeito ao fortalecimento de sua imagem interna e externa. Tais materiais incluem, entre outros, papéis timbrados, modelos de apresentação em PowerPoint e Prezi, bem como outros materiais de divulgação. A assinatura padrão nos e-mails da RETS também é uma sugestão simples que poderia fazer bastante diferença no fortalecimento da imagem da Rede.

## 5.4. Ferramentas para a comunicação interna

### E-grupos

Os E-Grupos (grupos de e-mail) são fundamentais para agilizar a comunicação interna da RETS e de suas sub-redes. A ideia é que as comunicações que sejam de interesse geral sejam enviadas



simultaneamente para os membros. Podem ser criados vários e-grupos, dependendo da natureza da instituição membro, do idioma etc. Tais grupos também poderão ser utilizados pelos membros quando quiserem comunicar algo aos demais, desde que sejam estabelecidas algumas regras para uso dessa ferramenta.

### **Boletim eletrônico da RETS**

(ver em Comunicação externa)

### **Grupo fechado de Facebook**

A criação de um grupo fechado no Facebook, restrito aos convidados pelo(s) moderador(es), poderia ser uma boa alternativa de comunicação interna, a fim de fomentar diálogos e discussões sobre temas específicos de interesse da Rede. Essa ferramenta pode servir para ampliar a interatividade entre os representantes institucionais, com compartilhamento de calendários e troca de documentos.

### **Lista de transmissão/Grupo com moderador via Whatsapp**

A lista de transmissão por meio do celular também pode ser uma ferramenta bastante útil para agilizar a comunicação entre a SE e os membros da Rede. Por meio de uma lista de transmissão é possível enviar uma mensagem para vários contatos de uma só vez. Diferentes dos Grupos de Whatsapp, quando há uma resposta à mensagem enviada, ela só é recebida pelo emissor original e não pelos demais destinatários da Lista de Transmissão. Ressalta-se que apenas os destinatários que possuem o contato do emissor adicionado ao seu telefone receberão a mensagem de transmitida.

### **KIT de funcionamento da RETS**

É fundamental que as organizações-membro recebam, além de uma carta de boas-vindas (quando aderem à Rede), um material completo sobre a atuação e o funcionamento da RETS (Regimento, Plano de trabalho, etc.). Tal prática, já utilizada em outros momentos da existência da Rede, deve ser retomada com a inclusão de um **Certificado de Membro da RETS** e de arquivos digitais com material de divulgação que possam ser impressos e distribuídos localmente quando for oportuno. Além disso, deve ser reforçado o compromisso de os membros adicionarem um banner para o website da RETS nos websites de sua instituição.

### **Reuniões virtuais**

Diante da impossibilidade de se intensificar a agenda de encontros presenciais entre os membros, a organização de pequenos encontros por meio virtual poderia tornar mais frequente o contato entre os membros. A utilização de ferramentas gratuitas de videoconferência, pode ajudar a

promover essa interação, ainda que não possa substituir plenamente as expectativas de um encontro presencial.

## 6. Comunicação externa

### 6.1. Objetivos estratégicos

Desde 2005, quando a RETS foi reativada e a SE passou a ser exercida pela EPSJV/Fiocruz, houve um grande investimento na área da comunicação da Rede, considerada fundamental para apoiar e até mesmo consolidar o crescimento do número de membros e da área geográfica de atuação. No entanto ainda há muito que se fazer para tornar a RETS mais conhecida, fortalecendo seu potencial de ação técnica e política, bem como sua capacidade de disseminar conhecimentos e informações sobre os temas de interesse.

Aumentar a visibilidade da RETS é aumentar o seu poder estratégico. Nesse sentido, a comunicação externa, ou seja a comunicação entre a Rede e o público em geral, é de grande importância para a consolidação da Rede como um espaço de discussão de temas que afetam direta ou indiretamente a educação e o trabalho dos técnicos em saúde e também do contexto em que essa formação ocorre. A comunicação externa da RETS, portanto, tem por principal objetivo dar visibilidade para as ações da Rede e de seus membros, bem como promover a capilaridade dos temas de interesse na sociedade e entre os pesquisadores, as autoridades e os formuladores de políticas nessa área.

### 6.2. Diagnóstico

De acordo com o Plano de Comunicação vigente, as principais ferramentas de comunicação externa seriam a Revista, o website e o Boletim Eletrônico. Ao longo do tempo, também começaram a ser utilizadas algumas mídias sociais, como o Twitter e o Facebook.

No que diz respeito à Revista Rets, a ideia é que ela fosse o principal veículo de divulgação de conteúdo exclusivo, ou seja, elaborado especificamente pela equipe de comunicação lotada na SE, com colaboração das áreas de comunicação das instituições-membro. Inicialmente, a revista tinha periodicidade trimestral e era produzida no formato impresso, com distribuição gratuita, em três idiomas (português, espanhol e inglês). No entanto, apesar da excelente recepção por partes dos leitores, a produção da Revista foi descontinuada em 2015, após a publicação de 22 edições, por questões financeiras e operacionais.

O atual **website da RETS**, lançado em 2013 com a principal função de divulgar temas e notícias relacionados à educação e ao trabalho dos técnicos em saúde, bem como reunir publicações de interesse, vem se mantendo razoavelmente atualizado no que se refere ao seu conteúdo noticioso, enfrentando, no entanto dificuldades de atualização de seu conteúdo institucional, especialmente no que diz respeito aos membros da Rede (ver comunicação interna). Atualmente

o site recebe cerca de 3 mil visitantes /mês, que entram no site por meio das notícias, mas que permanecem muito pouco tempo conectados. Cerca de 70% deles estão no Brasil.

O **Boletim Eletrônico**, criado em dezembro/2009 para divulgar o site da RETS entre os assinantes cadastrados, tem conseguido cumprir seu papel, ainda que não com a regularidade esperada. É importante destacar que sempre que o Boletim é enviado há um notável aumento nos acessos ao site da RETS (Google Analytics) e nos pedidos de cadastramento.

O mesmo papel de tornar mais acessível o conteúdo do site deveria ser cumprido pelo **Facebook** que, no entanto, ainda está sendo subutilizado nesse sentido. De positivo, o Facebook tem se mostrado bastante útil para a transmissão on-line dos Seminários Virtuais da RETS, uma funcionalidade que ainda precisa ser melhor explorada. Ainda nas mídias sociais, o uso do Twitter foi descontinuado por não atender os objetivos previstos. No caso do YouTube, o mesmo é utilizado apenas como repositório de vídeos a serem divulgados pelo site.

Por fim, é possível citar os **Seminários Virtuais da RETS**, como uma iniciativa em estreita relação com o Plano de Comunicação da RETS. Os Seminários Virtuais têm o objetivo de ampliar o debate sobre temas identificados como prioritários para o campo da saúde, em especial para a formação e o trabalho em saúde, e o fortalecimento dos elos entre os membros das Redes de instituições em saúde, através do uso de novas tecnologias de informação e comunicação. O público-alvo são trabalhadores, gestores, pesquisadores e estudantes do campo da saúde. O tema desses seminários são definidos em alinhamento e articulação com as pautas internacionais da Opas/OMS, da CPLP e da agenda estratégica da (s) Rede(s).

Essa experiência foi iniciada em 2015 no âmbito da RETS, com os temas 'Perspectiva intercultural na formação de técnicos em saúde' e 'Vigilância em saúde e Atenção Primária: o território e as práticas locais', e depois ampliada no terceiro seminário para uma promoção conjunta com as Redes de Escolas de Saúde Pública (RESP) e de Institutos Nacionais de Saúde (RINS), debatendo a 'Agenda 2030: os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a Saúde' e mais recentemente a "A determinação social das arboviroses: vigilância em saúde e ações territorializadas'. Os eventos são realizados de forma presencial, mas sempre com transmissão ao vivo pela Internet e possibilidade de participação via chat. Além disso, têm tradução simultânea para espanhol. Antes de cada Seminário, são disponibilizados, no website das Redes, materiais de referência fornecidos ou indicados pelos palestrantes convidados. Após os Seminários os vídeos gerados durante a transmissão ficam disponíveis por meio do YouTube. Todos os documentos e vídeos disponíveis são de acesso livre aos interessados. Apesar de algumas dificuldades, podemos considerar que os seminários foram boa estratégia de aproximação da RETS com o público em geral.

### 6.3. Público alvo

Podemos definir o público alvo da comunicação externa da RETS como bastante heterogêneo, com perfis muito diversos. No entanto é possível identificar alguns segmentos estratégicos



quando a meta é tornar a Rede mais conhecida pela sociedade. Nesse sentido, é fundamental atuar junto a potenciais multiplicadores das informações e do discurso em defesa da educação de qualidade para os técnicos em saúde, segundo o pressuposto de que a qualificação dos trabalhadores é uma dimensão fundamental para o fortalecimento dos sistemas de saúde e para a implementação de políticas públicas de saúde que atendam às necessidades das populações. Também é importante considerar o relacionamento com gestores públicos e dos organismos internacionais, sem nos esquecer dos próprios técnicos em saúde e estudantes da área que se interessam por uma visão mais ampla das questões que afetam sua formação e seu trabalho. Outro público importante é o de pesquisadores nos temas relacionados à RETS, que podem se beneficiar da divulgação de livros, relatórios e artigos científicos.

#### 6.4. Conteúdo estratégico

Por conta da heterogeneidade do público alvo, o conteúdo a ser veiculado nos canais de comunicação da RETS também tende a ser bastante diversificado, pois deve considerar diferentes abordagens dos inúmeros temas relacionados à educação dos técnicos em saúde, num contexto internacional.

Também é fundamental divulgar ações desenvolvidas pelos membros da Rede, dando visibilidade a elas e fortalecendo institucionalmente a Rede como um espaço de articulação entre instituições e organizações envolvidas com a formação e a qualificação de pessoal técnico da área da saúde.

Além disso, este plano destaca temas referentes à governança global da saúde e aos organismos internacionais que integram a Rede, como a Opas/OMS e a CPLP.

#### 6.5 Canais de comunicação e ações estratégicas

##### Website

De forma geral, o site tem sido uma ferramenta eficaz para a comunicação externa da RETS, ainda que possa ser aperfeiçoado de forma a reorganizar seu conteúdo, especialmente no que diz respeito à agenda de eventos e publicação de conteúdo exclusivo com algum destaque do conteúdo que é replicado de outras fontes. Ressalta-se, no entanto, a necessidade desenvolver/fortalecer ações estratégicas que aumentem o número de acessos e o tempo de permanência dos usuários no site, bem como que faça do site da RETS uma referência de informação sobre a formação de técnicos em saúde. Nesse sentido, torna-se essencial a manutenção de uma rotina de atualização frequente do site, seja com material próprio ou de terceiros. Ressaltam-se como ações estratégicas para dar mais visibilidade ao site e, conseqüentemente, à RETS: a inserção de um banner da RETS nos sites dos membros da rede, a ser repactuada na Reunião; e o aumento da participação dos membros da rede no envio de material que possa ser divulgado.

## Boletim Eletrônico

O **boletim eletrônico** é uma ferramenta privilegiada para o envio do material da RETS para um público mais amplo, que normalmente não acessa o site. Ele é essencialmente um produto de comunicação externa, mas pode ser usado para veicular conteúdos voltados para os membros, sem, no entanto, abordar questões estritamente internas, que serão tratadas no âmbito da comunicação interna (e-grupos, lista de transmissão pelo Whatsapp ou grupo fechado do Facebook). Devido a sua função estratégica de alavancar a visitação do site e promover as mídias sociais da Rede, o boletim deve incluir links para o Facebook da RETS e todas as suas chamadas de texto devem levar o leitor ao site. Quanto à periodicidade, ela está atrelada ao volume de alimentação do site, tendo como meta um boletim quinzenal, com ao menos dez chamadas. Uma importante ação estratégica no âmbito da comunicação da RETS é o aumento da base de assinantes do Boletim, que pode ser feita com a participação de todos que já recebem a publicação. Hoje, contamos com cerca de 1800 assinantes cadastrados nos três idiomas – português (1200), espanhol (450) e inglês (150).

## Boletim Especial

Tendo em vista a atual impossibilidade de se retomar a produção da Revista RETS, ainda que no formato apenas digital, a ideia é que conteúdos exclusivos produzidos para o site da RETS sejam divulgados por meio de edições especiais do Boletim Eletrônico.

## Facebook

Indiscutivelmente, as mídias sociais cumprem um importante papel nas estratégias de comunicação e de mobilização de segmentos da sociedade para causas diversas. Por meio do Facebook é possível atingir vários segmentos de nosso público alvo, no entanto, para que isso aconteça de forma mais eficiente é preciso aprimorar a rotina de alimentação desse canal, bem como desenvolver algumas ações de promoção que não representem custo financeiro adicional. O perfil deve ser atualizado diariamente, de forma a garantir maior visibilidade da RETS na tempo dos usuários, seja com conteúdo publicado no site da RETS seja com o compartilhamento de conteúdo publicados por outros perfis (outras redes, organizações e instituições, especialmente membros) com os quais deve-se fortalecer o relacionamento.

## Apresentação institucional da RETS

Desenvolver um vídeo ou uma curta apresentação padronizada sobre a RETS, que possa ser distribuída aos membros também pode ser uma ação estratégica importante para o fortalecimento da Rede. A ideia é que cada membro possa atuar como agente de divulgação da Rede nos espaços dos quais participam, ajudando, por exemplo, a institucionalizar a participação de sua instituição na RETS.

## Seminários Virtuais da RETS

A experiência dos Seminários Virtuais tem se mostrado bastante positiva e deve ser melhor capitalizada pela RETS, especialmente no que diz respeito à sua capacidade de produção de conhecimento qualificado sobre vários temas. Uma proposta é manter um espaço reservado no site para facilitar o acesso dos usuários a esses materiais.

## 7. Mecanismos de avaliação deste plano

### Comunicação interna

No que se refere à comunicação com o público interno, podemos utilizar como parâmetro de avaliação a quantidade de mensagens trocadas via e-grupo e outros meios e quantas foram as respostas recebidas. Também é possível avaliar a efetividade deste plano pelo número de mensagens espontânea dos membros da Rede, seja para sugerir pautas, comunicar mudanças em seus quadros, divulgar eventos próprios etc.

### Comunicação externa

Já em termos de comunicação com o público externo, é possível utilizarmos indicadores já existentes nas ferramentas sugeridas, como é caso do Google Analytics, ferramenta gratuita que fornece, a partir da indexação do site, um panorama completo sobre a visitação, quais as seções mais visitadas, qual a origem geográfica dos visitantes, quanto tempo permanecem navegando etc. O ideal seria apresentar aos membros um relatório abreviado desses dados a cada três meses.

No caso do boletim, pode-se considerar o número de assinantes cadastrados (base de assinantes), mas também dados de visitação do site nos momentos de emissão do Boletim. O Facebook também conta com mecanismos próprios de análise dos resultados de cada ação, que podem nos ajudar a monitorar a quantidade de interações com as postagens e número de seguidores e compartilhamentos, entre outras coisas.