

Plan de Comunicación RETS 2019-2022

1. Antecedentes

La Red Internacional de Educación de Técnicos en Salud (RETS) fue creada en 1996, en México, a partir de una iniciativa de la Organización Panamericana de la Salud (OPS). Su primera conformación involucraba a un pequeño grupo de cerca de 20 personas, de diez organizaciones de cinco países, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba y México, un representante del Programa de Recursos Humanos de la Opa y un representante de la oficina de la OPS en México.

En ese momento, se definieron seis proyectos dinamizadores, entre los cuales el de Difusión de la Red, que dio origen al Boletín de la Red de Formación de Técnicos en Salud, publicado en español por la entonces Secretaría Ejecutiva, con sede en la Universidad de Costa Rica. El objetivo expreso del Boletín, para el cual ya se solicitaba participación activa de todos los miembros, era el de divulgar la red y los avances de sus proyectos dinamizadores. El primer número del Boletín fue impreso en agosto de 1997; el quinto y el último, en diciembre de 1999.

Actualmente, la RETS reúne a cerca de 100 miembros de más de 20 países, incluyendo instituciones de formación de técnicos en salud, órganos de gobierno relacionados con la formación de recursos humanos para salud y organismos internacionales o multilaterales ligados directa o indirectamente al tema. En lo que se refiere a las estrategias y herramientas utilizadas en la comunicación de la RETS también hubo varios cambios importantes desde que la Escuela Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio (EEPSJV/Fiocruz) asumió la Secretaría Ejecutiva en 2005, todas ellas con el objetivo general de "facilitar la producción de información y la comunicación entre los" integrantes de la RETS y entre la red y el público externo.

Durante la 2ª Reunión General de la RETS, realizada en diciembre de 2009, se propuso y discutió un Plan de Comunicación, que permanece en vigor hasta hoy. En el momento actual, en que se avecina la realización de la 4ª Reunión General de la RETS, la Secretaría Ejecutiva apunta a la necesidad de discutir y proponer un nuevo Plan de Comunicación que, considerando los productos ya existentes - Sitio y Boletín Electrónico de la RETS -, establezca estrategias y proponga nuevos caminos para el período 2019 a 2022.

2. Objetivos

1. Contribuir a la consecución de los objetivos expresados en el Reglamento de la RETS¹

¹(I) Compartir informaciones y conocimientos relacionados con las áreas de Salud, Educación y Trabajo; (II) Identificar problemas, necesidades e intereses comunes relativos a la educación de técnicos en salud, buscando alternativas que puedan ser compartidas; (III) Promover la articulación entre las instituciones-miembro para ampliar e fortalecer

2. Melhorar la comunicación entre la Secretaría Ejecutiva y sus miembros para permitir la gestión más eficiente de la RETS y de sus subredes;
3. Facilitar la comunicación entre los miembros a fin de estimular el trabajo conjunto y las acciones de cooperación bi o multilaterales;
4. Ampliar y perfeccionar la comunicación entre la Red y la sociedad para aumentar la visibilidad de las cuestiones relacionadas con el desarrollo de la fuerza de trabajo en salud y de los temas nacionales y globales de salud;
5. Divulgar el trabajo realizado por la Red y sus miembros para fortalecer la imagen institucional de la Red, haciéndola referencia en su área de actuación y ampliando el alcance de sus acciones;

En este sentido, la idea es alinear las acciones de comunicación interna y externa de la RETS a la realidad actual, considerando las acciones existentes y dando continuidad a algunas iniciativas ya desarrolladas en esa área, pero también creando nuevos procesos y mecanismos que puedan atender necesidades específicas expresadas en este plan.

- ¿Qué? (bases de datos específicas, foros y listas de discusión por Internet, medios sociales, carpeta institucional, participación en eventos del área con identidad RETS)
- ¿Cómo? (viabilidad técnica y operativa)
- ¿Con qué recursos? (viabilidad financiera)
- ¿Por quem? (Secretaría Ejecutiva, puntos focales de comunicación y puntos focales de la Red)

3. El Plan de Comunicación 2019 - 2022

El proceso de elaboración de un nuevo plan, más adecuado a la coyuntura actual, de reducción de recursos financieros disponibles para la Red y consecuente reducción del equipo responsable por la comunicación en el marco de la Red, involucra cuatro etapas distintas:

- Alineamiento Estratégico;

suas atividades de ensino, pesquisa e cooperação técnica; (IV) Promover la articulación entre las instituciones miembro para ampliar y fortalecer sus actividades de enseñanza, investigación y cooperación técnica; (V) Dar visibilidad a la situación actual de formación de los trabajadores técnicos del área de la salud, facilitando la identificación de tendencias y necesidades educativas; (VI) Compartir metodologías y recursos tecnológicos destinados a las actividades de enseñanza, investigación y cooperación técnica relacionadas con la educación de técnicos en salud; y (VII) Propiciar el intercambio de docentes y alumnos de la formación técnica entre las instituciones miembro con miras a la ampliación y al fortalecimiento del proceso educativo.

- Diagnóstico de las estrategias, acciones y herramientas utilizadas hasta entonces;
- Estructuración; y
- Validación del nuevo plan por los miembros de la Red.

4. Alineamiento Estratégico

Los requisitos de un plan de comunicación para una red, especialmente una red internacional, son muy diferentes de los de un plan elaborado para una organización o una empresa, en la medida en que debe prever la comunicación de muchos a muchos, atendiendo necesidades y expectativas de un grupo bastante heterogéneo de instituciones y personas que muy poco tienen en común, además del interés por un determinado tema y / o la defensa de una causa específica. Además, debe ser capaz de llamar la atención de la sociedad al tema, ayudando a inducir la creación de políticas específicas sobre el tema.

El contenido de este plan pretende orientar las acciones de comunicación de corto, mediano y largo plazo, teniendo como referencia los objetivos de la RETS, teniendo la capacidad de adaptarse rápidamente a la dinámica de la misma ya las condiciones externas que afectan su funcionamiento. El Plan está dividido en dos bloques estratégicos - comunicación interna y comunicación externa - con acciones que se complementan, pero que pueden ser implementadas separadamente, de acuerdo con el momento estratégico y los recursos disponibles.

Resultados esperados

- Mayor integración entre los miembros de la Red y entre los miembros y la Secretaría Ejecutiva;
- Imagen de la RETS fortalecida junto a sus miembros y al público en general;
- Tema de la formación y trabajo de los técnicos en salud más presentes en las discusiones sobre recursos humanos en salud; y
- La RETS como referencia internacional, especialmente en América Latina y em los países de habla portuguesa para la cuestión de la formación de técnicos en salud.

Públicos estratégicos

Por cuenta de las características de las Redes, es esencial estimular la participación activa de sus miembros. En este sentido, es fundamental desarrollar estrategias que creen una mayor interacción entre ellos, así como entre ellos y la Secretaría Ejecutiva de la Red. Además de su carácter informativo y facilitador de la gestión de la Red, la comunicación interna apunta al compromiso ya la movilización de los miembros, así como al estímulo a acciones de cooperación entre ellos.

En el caso de la comunicación externa, el Plan debe considerar la multiplicidad de públicos que, al estar directa o indirectamente relacionados con los temas de la formación y del trabajo de los técnicos en salud, pueden ser objeto de acciones comunicativas permanentes o puntuales, dependiendo de los objetivos a ser alcanzados en diferentes contextos.

5. Comunicación interna

5.1. Objetivos estratégicos

La comunicación constante y efectiva entre los participantes es uno de los pilares de una red, en ese sentido no debe resumirse sólo a la transferencia y diseminación unilateral de información, sino al intercambio y construcción conjunta, en un proceso que ayude a fortalecer los eslabones que unen a los nudos de la red - en el caso de la RETS, las instituciones miembros y la Secretaría Ejecutiva -, potenciando los resultados de las acciones desarrolladas por cada uno de los actores aisladamente y por la Red como un todo.

De hecho, la propia existencia de una red de organizaciones sólo tiene sentido real cuando los miembros intercambian información entre sí, para fortalecer el diálogo e intercambio de informaciones que puedan contribuir a su propio crecimiento y al establecimiento de acciones conjuntas. Además, la comunicación interna también debe fortalecer la información de la Secretaría Ejecutiva con los miembros de la Red y viceversa, para que la gestión de la red sea más eficiente.

5.2. Diagnóstico

A pesar de los esfuerzos realizados, la comunicación interna de la red no ha logrado alcanzar plenamente sus objetivos, lo que, de manera general, no contribuye al fortalecimiento de la relación entre los miembros y entre ellos y la Secretaría Ejecutiva. La utilización del correo electrónico como principal forma de comunicación acaba siendo insuficiente para estimular discusiones más plurales sobre determinados asuntos que podrían ser de interés para todos.

Fortalecer la comunicación interna es primordial para la gestión de la Red, que depende, entre otras cosas, de la actualización periódica de datos catastrales de los miembros. También es necesario buscar otros medios que favorezcan un contacto más frecuente entre las instituciones que integran la RETS, una vez que la realización de las reuniones presenciales se demanda un volumen de recursos que, no siempre está disponible. El plan anterior privilegió la comunicación externa de la Red, lo que implica volver nuestra mirada hacia nuevos procesos y herramientas que puedan aprovechar la comunicación interna en esta nueva fase..

5.3. Procesos de comunicación interna

Además de definir nuevas herramientas de comunicación interna es importante resaltar la necesidad de revisar el proceso de organización de las informaciones disponibles, para hacerlas más accesibles a todos..

En este sentido, cabe destacar:

Mapa de las organizaciones miembro

El dinamismo de una red, considerado como una de sus fortalezas, también termina transformándose en uno de los grandes desafíos para su gestión. En todo momento, llegan nuevos miembros, cambian las personas responsables de las instituciones y no siempre ha sido posible mantener esos datos actualizados y todos los miembros informados sobre los cambios, lo que dificulta el acceso de los miembros a sus pares. Actualmente, para obtener información sobre las demás instituciones, los miembros deben utilizar el sitio de RETS, una herramienta de comunicación externa.

Para favorecer este intercambio de información, fomentando posibles alianzas, sugerimos el perfeccionamiento del mapa de miembros existente, que debe ser actualizado periódicamente y puesto a disposición de los miembros, en un área de acceso común em línea (un grupo cerrado de Facebook o en Google Drive, por ejemplo). La idea es que siempre que haya cambios en el mapa, por entrada o salida de un miembro o por razones de actualización catastral de los miembros existentes, todos sean notificados. Este mapa también funciona como una herramienta estratégica para la gestión de la Red y que es fundamental que los miembros también colaboren para su actualización enviando cambios necesarios a la Secretaría Ejecutiva.

Flujo de información y documentos

Actualmente no hay ningún documento que informe a los miembros la mejor forma de enviar información y documentos a la Secretaría Ejecutiva, lo que hace que este proceso sea poco efectivo. La sugerencia es que se crea un pequeño manual orientador de la comunicación entre los miembros y la para la Secretaría Ejecutiva y viceversa, así como de la comunicación entre los miembros. Este manual se añadiría al KIT de funcionamiento de RETS.

Material institucional

La actualización y estandarización del material institucional de la RETS es una iniciativa de gran importancia en lo que se refiere al fortalecimiento de su imagen interna y externa. Tales materiales incluyen, entre otros, papeles timbrados, modelos de presentación en PowerPoint y Prezi, así como otros materiales de divulgación. La firma estándar en los correos electrónicos de RETS

también es una sugerencia simple que podría hacer bastante diferencia en el fortalecimiento de la imagen de la Red.

5.4. Herramientas para la comunicación interna

E-grupos

Los E-Grupos (grupos de e-mail) son fundamentales para agilizar la comunicación interna de la RETS y de sus subredes. La idea es que las comunicaciones que sean de interés general sean enviadas simultáneamente a los miembros. Se pueden crear varios e-grupos, dependiendo de la naturaleza de la institución miembro, del idioma, etc. Tales grupos también podrán ser utilizados por los miembros cuando quieran comunicar algo a los demás, siguiendo las reglas establecidas para uso de esa herramienta.

Boletín electrónico de la RETS

(véase en Comunicación externa)

Grupo cerrado de Facebook

La creación de un grupo cerrado en Facebook, restringido a los invitados por el (los) moderador (s), podría ser una buena alternativa de comunicación interna, a fin de fomentar diálogos y discusiones sobre temas específicos de interés de la Red. Esta herramienta puede servir para ampliar la interactividad entre los representantes institucionales, con el intercambio de calendarios y el intercambio de documentos.

Lista de transmisión / Grupo con moderador vía Whatsapp

La lista de transmisión a través del móvil también puede ser una herramienta muy útil para agilizar la comunicación entre la SE y los miembros de la Red. A través de una lista de transmisión es posible enviar un mensaje a varios contactos a la vez. Diferentes de los grupos de Whatsapp, cuando hay una respuesta al mensaje enviado, sólo es recibida por el emisor original y no por los demás destinatarios de la Lista de Transmisión. Se resalta que sólo los destinatarios que poseen el contacto del emisor agregado a su teléfono recibirán el mensaje de transmisión.

KIT de funcionamiento de la RETS

Es fundamental que las organizaciones miembros reciban, además de una carta de bienvenida (cuando se adhieren a la Red), un material completo sobre la actuación y el funcionamiento de la RETS (Reglamento, Plan de trabajo, etc.). Tal práctica, ya utilizada en otros momentos de la existencia de la Red, debe ser retomada con la inclusión de un Certificado de Miembro de la RETS y de archivos digitales con material de divulgación que puedan ser impresos y distribuidos

localmente cuando sea oportuno. Además, se debe reforzar el compromiso de los miembros de añadir un banner del sitio web de la RETS en los sitios web de su institución.

Reuniones virtuales

Ante la imposibilidad de intensificar la agenda de encuentros presenciales entre los miembros, la organización de pequeños encuentros por medio virtual podría hacer más frecuente el contacto entre los miembros. La utilización de herramientas gratuitas de videoconferencia, puede ayudar a promover esa interacción, aunque no pueda sustituir plenamente las expectativas de un encuentro presencial.

6. Comunicación externa

6.1. Objetivos estratégicos

Desde 2005, cuando la RETS fue reactivada y la SE pasó a ser ejercida por la EPSJV/Fiocruz, hubo una gran inversión en el área de la comunicación de la Red, considerada fundamental para apoyar e incluso consolidar el crecimiento del número de miembros y del área geográfica de actuando. Sin embargo, todavía queda mucho por hacer para tornar la RETS más conocida, fortaleciendo su potencial de acción técnica y política, así como su capacidad de diseminar conocimientos e informaciones sobre los temas de interés.

Aumentar la visibilidad de la RETS es aumentar su poder estratégico. En este sentido, la comunicación externa, o sea la comunicación entre la Red y el público en general, es de gran importancia para la consolidación de la Red como un espacio de discusión de temas que afectan directa o indirectamente la educación y el trabajo de los técnicos en salud y también del contexto en que se produce esa formación. La comunicación externa de la RETS, por lo tanto, tiene como principal objetivo dar visibilidad a las acciones de la Red y de sus miembros, así como promover la capilaridad de los temas de interés en la sociedad y entre los investigadores, las autoridades y los formuladores de políticas en esa área.

6.2. Diagnóstico

De acuerdo con el Plan de Comunicación vigente, las principales herramientas de comunicación externa serían la Revista, el sitio web y el Boletín Electrónico. A lo largo del tiempo, también comenzaron a utilizarse algunos medios sociales, como Twitter y Facebook.

En lo que se refiere a la Revista Rets, la idea es que ella fuera el principal vehículo de divulgación de contenido exclusivo, o sea, elaborado específicamente por el equipo de comunicación abarrotada en la SE, con la colaboración de las áreas de comunicación de las instituciones miembro. Inicialmente, la revista tenía una base trimestral y fue producido en formato impreso, con distribución gratuita, en tres idiomas (portugués, español e Inglés). Sin embargo, a pesar de la

excelente recepção por parte de los lectores, la producción de la Revista fue discontinuada en 2015, tras la publicación de 22 ediciones, por cuestiones financieras y operativas.

El actual **sitio web de la RETS**, lanzado en 2013 con la principal función de divulgar temas y noticias relacionados con la educación y el trabajo de los técnicos en salud, así como reunir publicaciones de interés, se ha mantenido razonablemente actualizado en lo que se refiere a su contenido noticioso, enfrentándose, sin embargo, dificultades de actualización de su contenido institucional, especialmente en lo que se refiere a los miembros de la Red (ver comunicación interna). Actualmente el sitio recibe cerca de 3 mil visitantes / mes, que entran en el sitio a través de las noticias, pero que permanecen muy poco conectados. Alrededor del 70% de ellos están en Brasil.

El **Boletín Electrónico**, creado en diciembre / 2009 para divulgar el sitio de la RETS entre los usuarios registrados, ha logrado cumplir su papel, aunque no con la regularidad esperada. Es importante destacar que cada vez que se envía el boletín hay un notable aumento en los accesos al sitio web de la RETS (Google Analytics) y en las solicitudes de nuevos registros.

El mismo papel de hacer más accesible el contenido del sitio debería ser cumplido por Facebook que, sin embargo, todavía está siendo infrutilizado en ese sentido. De positivo, Facebook se ha mostrado muy útil para la transmisión en línea de los Seminarios Virtuales de la RETS, una funcionalidad que aún necesita ser mejor explotada. En los medios sociales, el uso de Twitter fue discontinuado por no atender los objetivos previstos. En el caso de YouTube, el mismo se utiliza sólo como repositorio de vídeos a ser divulgados por el sitio.

Por último, es posible citar los **Seminarios Virtuales de la RETS**, como una iniciativa en estrecha relación con el Plan de Comunicación de la RETS. Los Seminarios Virtuales tienen el objetivo de ampliar el debate sobre temas identificados como prioritarios para el campo de la salud, en especial para la formación y el trabajo en salud, y el fortalecimiento de los eslabones entre los miembros de las Redes de instituciones en salud, a través del uso de nuevas tecnologías de información y comunicación. El público objetivo son trabajadores, gestores, investigadores y estudiantes del campo de la salud. El tema de estos seminarios se define en alineación y articulación con las pautas internacionales de la OPS / OMS, la CPLP y la agenda estratégica de la Red (s).

Esta experiencia se inició en 2015 en el marco de la RETS, con los temas 'Perspectiva intercultural en la formación de técnicos en salud' y 'Vigilancia en salud y Atención Primaria: el territorio y las prácticas locales', y luego ampliada en el tercer seminario para una promoción (RDS), debatiendo la 'Agenda 2030: los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Salud' y más recientemente la " La determinación social de las mujeres arbovirosis: vigilancia en salud y acciones territorializadas. Los eventos se realizan de forma presencial, pero siempre con transmisión en vivo por Internet y posibilidad de participación vía chat. Además, tienen traducción simultánea al español. Antes de cada Seminario, en el sitio web de las Redes, se ofrecen,

materiales de referencia suministrados o indicados por los oradores invitados. Después de los seminarios, los vídeos generados durante la transmisión están disponibles a través de YouTube. Todos los documentos y vídeos disponibles son de libre acceso a los interesados. A pesar de algunas dificultades, podemos considerar que los seminarios fueron una buena estrategia de aproximación de la RETS con el público en general.

6.3. Público-objetivo

Podemos definir el público objetivo de la comunicación externa de la RETS como bastante heterogéneo, con perfiles muy diversos. Sin embargo, es posible identificar algunos segmentos estratégicos cuando la meta es hacer la Red más conocida por la sociedad. En este sentido, es fundamental actuar junto a potenciales multiplicadores de las informaciones y del discurso en defensa de la educación de calidad para los técnicos en salud, según el supuesto de que la calificación de los trabajadores es una dimensión fundamental para el fortalecimiento de los sistemas de salud y para la implementación de políticas públicas de salud que atiendan a las necesidades de las poblaciones. También es importante considerar la relación con gestores públicos y de los organismos internacionales, sin olvidar a los propios técnicos en salud y estudiantes del área que se interesan por una visión más amplia de las cuestiones que afectan su formación y su trabajo. Otro público importante es el de investigadores en los temas relacionados a la RETS, que pueden beneficiarse de la divulgación de libros, informes y artículos científicos.

6.4. Contenido estratégico

En cuanto a la heterogeneidad del público objetivo, el contenido a ser vehiculado en los canales de comunicación de la RETS también tiende a ser bastante diversificado, pues debe considerar diferentes abordajes de los innumerables temas relacionados a la educación de los técnicos en salud, en un contexto internacional.

También es fundamental divulgar acciones desarrolladas por los miembros de la Red, dando visibilidad a ellas y fortaleciendo institucionalmente la Red como un espacio de articulación entre instituciones y organizaciones involucradas con la formación y la calificación de personal técnico del área de la salud.

Además, este plan destaca temas referentes a la gobernanza global de la salud ya los organismos internacionales que integran la Red, como la OPS/OMS y la CPLP.

6.5 Canales de comunicación y acciones estratégicas

Sítio web

En general, el sitio ha sido una herramienta eficaz para la comunicación externa de la RETS, aunque puede ser perfeccionado para reorganizar su contenido, especialmente en lo que se refiere a la

agenda de eventos y publicación de contenido exclusivo con algún destaque del contenido que se replica de otras fuentes. Se resalta, sin embargo, la necesidad de desarrollar / fortalecer acciones estratégicas que aumenten el número de accesos y el tiempo de permanencia de los usuarios en el sitio, así como que haga del sitio de la RETS una referencia de información sobre la formación de técnicos en salud. En este sentido, es esencial mantener una rutina de actualización frecuente del sitio, ya sea con material propio o de terceros. Se resalta como acciones estratégicas para dar más visibilidad al sitio y, consecuentemente, a la RETS: la inserción de un banner de la RETS en los sitios de los miembros de la red, a ser repasada en la Reunión; y el aumento de la participación de los miembros de la red en el envío de material que pueda divulgarse.

Boletín Electrónico

El **boletín electrónico** es una herramienta privilegiada para el envío del material de la RETS a un público más amplio, que normalmente no accede al sitio. Es esencialmente un producto de comunicación externa, pero puede utilizarse para transmitir contenidos dirigidos a los miembros, sin abordar cuestiones estrictamente internas, que se tratarán en el marco de la comunicación interna (e-grupos, lista de transmisión por Whatsapp o grupo cerrado de Facebook). Debido a su función estratégica de aprovechar la visita del sitio y promover los medios sociales de la Red, el boletín debe incluir enlaces a Facebook de la RETS y todas sus llamadas de texto deben llevar al lector al sitio. En cuanto a la periodicidad, ella está ligada al volumen de alimentación del sitio, teniendo como meta un boletín quincenal, con al menos diez llamadas. Una importante acción estratégica en el marco de la comunicación de la RETS es el aumento de la base de abonados del Boletín, que puede hacerse con la participación de todos los que ya reciben la publicación. Hoy en día, tenemos cerca de 1.800 usuarios registrados en tres idiomas - portugués (1200), España (450) e Inglés (150).

Boletín Especial

En vista de la actual imposibilidad de reanudar la producción de la Revista RETS, aunque en el formato apenas digital, la idea es que contenidos exclusivos producidos para el sitio de la RETS sean divulgados por medio de ediciones especiales del Boletín Electrónico.

Facebook

Indiscutiblemente, los medios sociales cumplen un importante papel en las estrategias de comunicación y de movilización de segmentos de la sociedad para causas diversas. A través de Facebook es posible alcanzar varios segmentos de nuestro público objetivo, sin embargo, para que esto suceda de forma más eficiente es necesario mejorar la rutina de alimentación de ese canal, así como desarrollar algunas acciones de promoción que no representen un costo financiero adicional. El perfil debe ser actualizado diariamente, para garantizar una mayor visibilidad de la RETS en la línea del tiempo de los usuarios, sea con contenido publicado en el sitio de la RETS, con el intercambio de contenido publicado por otros perfiles (otras redes, organizaciones e instituciones, especialmente miembros) los cuales se deben fortalecer la relación.

Presentación institucional de la RETS

Desarrollar un vídeo o una breve presentación estandarizada sobre la RETS, que pueda ser distribuida a los miembros también puede ser una acción estratégica importante para el fortalecimiento de la Red. La idea es que cada miembro pueda actuar como agente de divulgación de la Red en los espacios de los cuales participan, ayudando, por ejemplo, a institucionalizar la participación de su institución en la RETS.

Seminarios Virtuales de la RETS

La experiencia de los Seminarios Virtuales se ha mostrado bastante positiva y debe ser mejor capitalizada por la RETS, especialmente en lo que se refiere a su capacidad de producción de conocimiento cualificado sobre varios temas. La propuesta es mantener un espacio reservado en el sitio para facilitar el acceso de los usuarios a estos materiales.

7. Mecanismos de evaluación de este plan

Comunicación interna

En lo que se refiere a la comunicación con el público interno, podemos utilizar como parámetro de evaluación la cantidad de mensajes intercambiados vía e-grupo y otros medios y cuántas fueron las respuestas recibidas. También es posible evaluar la efectividad de este plan por el número de mensajes espontáneos de los miembros de la Red, sea para sugerir pautas, comunicar cambios en sus cuadros, divulgar eventos propios etc.

Comunicación externa

En términos de comunicación con el público externo, es posible utilizar indicadores ya existentes en las herramientas sugeridas, como es el caso de Google Analytics, herramienta gratuita que proporciona, a partir de la indexación del sitio, un panorama completo sobre la visita, cuáles son las secciones más visitadas, cuál es el origen geográfico de los visitantes, cuánto tiempo permanecen navegando, etc. Lo ideal sería presentar a los miembros un informe abreviado de estos datos cada tres meses.

En el caso del boletín, se puede considerar el número de abonados registrados (base de abonados), pero también datos de visitación del sitio en los momentos de emisión del Boletín. Facebook también cuenta con mecanismos propios de análisis de los resultados de cada acción, que pueden ayudarnos a monitorear la cantidad de interacciones con los mensajes y el número de seguidores y compartimentos, entre otras cosas.