

MENSURAR É PRECISO

MEASURING IS NECESSARY

DEBEMOS MEDIR

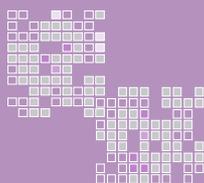
Reseña: ESPARCIA, Antonio Castillo; NOBELL, Alejandro Álvarez. **Evaluación en comunicación estratégica**. Madrid: McGraw-Hill, 2015.

Valéria de Siqueira Castro Lopes¹

Antonio Castillo Esparcia, professor de Relações Públicas da Universidade de Málaga, e Alejandro Álvarez Nobell², doutor pela mesma universidade, fazem uma ampla revisão bibliográfica e documental sobre mensuração e avaliação colocando o tema como um fenômeno de interesse a todas as dimensões da gestão comunicacional, pois acreditam que sua contribuição ao desenvolvimento e crescimento organizacional está relacionada aos valores intangíveis. Logo, para os autores, é imprescindível mensurar e avaliar para que se possa agregar valor à organização. Entretanto, é também imprescindível o alinhamento do plano de comunicação ao planejamento estratégico para que se estabeleçam as prioridades à Comunicação e métricas que permitam verificar seu desempenho como área estratégica.

¹ Docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), bem como da Faculdade Cásper Líbero. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Seus trabalhos mais importantes são: *Opinião e Pesquisa: instrumentos, orientação e avaliação* (2011); *Avaliação, mensuração e valoração em Relações Públicas* (2009); *O valor da Comunicação Organizacional e de Relações Públicas* (2009).

² A obra é resultado da tese de doutorado defendida na Universidade de Málaga por Alejandro Álvarez Nobell, em 2013, intitulada *Medición y Evaluación en Comunicación Estratégica*, orientada por Antonio Castillo Esparcia e Paulina Emanuelli.



Partindo dessas premissas, os autores traçam um panorama das práticas de avaliação da comunicação a partir de estudos sobre o tema, desenvolvidos por associações científicas e profissionais, dentre as quais se destacam *Internacional Association for the Measurement and Evaluation of Communication (AMEC)*, *Institute for Public Relations (IPR)*, *European Public Relations Education and Research Association*, *European Association of Communication Directors*, *Internacional Association of Business Communicators (IABC)*, *Public Relations Society of America (PRSA)* e *Chartered Institute of Public Relations*. Os resultados dão conta que profissionais de Relações Públicas acreditam que a mensuração é parte integrante do processo de gestão da comunicação, mas ao conduzi-la o foco ainda se encontra nos *outputs*: o monitoramento de mídia e de internet figuram como principais técnicas de pesquisa avaliativa adotada, muito a frente daquelas que permitem verificar os efeitos da comunicação sobre os objetivos organizacionais.

Os autores traçam no primeiro capítulo um panorama histórico sobre o tema e apresentam ao leitor o atual estado da questão nos Estados Unidos, Inglaterra, Europa e Iberoamérica para, em seguida, dedicarem o segundo capítulo à definição e delimitação do objeto de estudo da obra. O capítulo se desenvolve tendo como contexto o planejamento estratégico da comunicação, dedicado e em sua primeira parte a definir o conceito de organização e descrever os modelos de Relações Públicas, segue em uma ampla revisão bibliográfica com o propósito de discutir a função da avaliação no planejamento estratégico, expondo e categorizando os diferentes modelos de planejamento encontrados na literatura.

A mensuração e avaliação em comunicação estratégica é tema do terceiro capítulo que delimita e conceitua os termos mensuração e avaliação com base no referencial teórico sobre o assunto. A produção acadêmica e técnica também é revisitada para pautar o debate sobre a relevância dos objetivos na orientação do processo de gestão e sua relevância na definição do que deve ser mensurado. Neste mesmo capítulo discute-se a importância da pesquisa como principal ferramenta de mensuração e avaliação dos resultados em Comunicação, ponto em que os diversos modelos de mensuração e avaliação encontrados na literatura são expostos e classificados.

Ao abordar a mensuração e avaliação em Comunicação estratégica como objeto de estudo, os autores conduzem uma reflexão ontológica que fundamenta os pressupostos de um modelo integral de mensuração denominado *Communication Management Bridge*. A principal contribuição trazida por esta proposta é a organização do processo de mensuração e avaliação, estruturado e detalhado por fases (estratégica, tática e operacional) oferecendo ao leitor fácil compreensão desta etapa do planejamento estratégico ainda pouco explorada.

