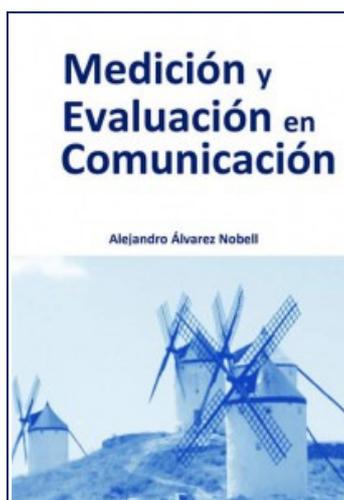


LIBROS

Medición y Evaluación en Comunicación.
Alejandro Álvarez Nobell, 2011, Málaga, Instituto de
Investigación en Relaciones Públicas (IIRP), 112 páginas.



Lorena Ivón Decca
Centro de Estudios Avanzados. Universidad Nacional de Córdoba
loredecca@gmail.com

Recepción: 31/10/2011 Revisión: 07/11/2011 Aceptación: 10/11/2011 Publicación: 21/12/2011
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-2-2011-15-267-269>

La importancia y centralidad que en los últimos años han adquirido las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en las relaciones intersubjetivas y específicamente en las prácticas sociales, ha dotado a la “Comunicación” de un nuevo estatus, no sólo desde la academia, sino también desde las prácticas profesionales. Da cuenta de esto el florecimiento de facultades y escuelas de comunicación que han abierto en las últimas décadas, la creciente cantidad de centros de investigación en comunicación, la aparición de revistas especializadas, los innumerables congresos, conferencias y otras instancias de investigación y divulgación científica dedicadas a la temática. Por su parte, en el ámbito profesional se

constata igualmente un mayor interés por llevar a cabo acciones comunicacionales lo que se traduce en la contratación de especialistas, en la apertura de áreas o departamentos de Comunicación en el interior de las empresas, en la destinación de presupuestos para el despliegue de actividades con los públicos de las instituciones, entre otras acciones. A pesar del ímpetu alcanzado últimamente, el comunicacional es aún un campo en vías de consolidación.

A partir de esta constatación y centrado específicamente en el desarrollo de la Comunicación en las organizaciones, “Medición y Evaluación en Comunicación” es un libro que aborda estas cuestiones. Su autor, Álvarez (2011: 7) señala:

“Hoy en día, toda organización (empresa, asociación sin ánimo de lucro, instituciones públicas, partidos políticos, organizaciones sindicales y organizaciones patronales) tiene insertado en su ADN la necesidad de que es imprescindible relacionarse con el entorno, con sus públicos. Otra cuestión es si eso se plasma y concreta en planes de comunicación eficaces y efectivos, porque todavía no se ha asumido la importancia y los resultados de esa acción comunicativa”.

A lo largo de su obra el autor apuesta a llenar el vacío existente en Iberoamérica de investigaciones que aborden la *Medición y Evaluación en Comunicación*. En este sentido, alerta sobre la necesidad de desarrollar y sistematizar saberes que posibiliten, por un lado, dotar a las organizaciones de un conjunto de herramientas y conocimientos a partir de una Planificación Estratégica en Comunicación que haga vehiculizable el logro de sus objetivos generales. Por el otro lado, al contar con herramientas y técnicas de medición y evaluación en torno a estas actividades, legitimar el rol de los profesionales de la Comunicación en la relación recíproca entre las organizaciones y sus públicos, internos y externos y en las decisiones estratégicas institucionales.

En el capítulo 1, el autor ofrece un recorrido histórico por los principales aportes teóricos en torno a la Medición y Evaluación en Comunicación cuya riqueza es fundamentalmente la de manifestar la exigua -pero *in crescendo*- producción iberoamericana frente a la fecundidad de los aportes norteamericanos.

El capítulo 2 presenta, por su parte, algunas precisiones teóricas desde las cuales pensar y desarrollar la Planificación Estratégica en Comunicación.

El capítulo 3 titulado *la función de la Evaluación en la Planificación Estratégica de la Comunicación*, ofrece una sistematización sobre la manera en que la evaluación en comunicación es abordada en los distintos modelos de Planificación Estratégica, configurando un mapa claro desde el cual acceder a la temática.

El capítulo 4 comienza definiendo términos claves tales como los de “controlar”, “medir” y “evaluar”, proporcionando al lector herramientas conceptuales desde las cuales avanzar con paso firme en la investigación y en la gestión de la comunicación en las organizaciones. Seguidamente se aborda la cuestión del *propósito de la evaluación* poniendo énfasis en la importancia de que la Planificación Estratégica en Comunicación se articule con los objetivos generales de cada organización, en tanto, piedra angular para su concreción.

Finalmente, el capítulo 5 da cuenta de los *Métodos de Medición y Evaluación* que llevan a cabo los profesionales de la comunicación, e incluye recursos y métodos que el propio autor ha elaborado sobre la materia.

El libro representa un esfuerzo por avanzar en la consolidación del campo de la Comunicación, específicamente de la Comunicación Institucional u Organizacional. A lo largo de la obra, Álvarez Nobell logra sistematizar con claridad y rigurosidad el material teórico existente y aportar elementos propios de análisis y gestión.

Tomado en su conjunto, el libro es una clara manifestación de la necesidad de desarrollar en España y Latinoamérica instancias de *Medición y Evaluación en Comunicación*, que posibiliten la articulación de la misma con los objetivos generales de las organizaciones y permita al mismo tiempo legitimar el rol del comunicador. El aporte más significativo es en este sentido el de conformar un estado de la cuestión que constituye una puerta de acceso a la temática y posibilita avanzar -sobre bases claramente sistematizadas- hacia el desarrollo de nuevas investigaciones.