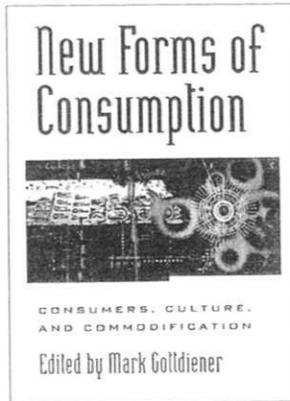


## Reseñas

**Gottdiener, Mark. (2000). *New Forms of Consumption: Consumers, Culture, and Commodification*. New York: Rowman & Littlefield Publishers. 297 páginas.**

*Reseñado por: Elizabeth Robles, Ph.D., Catedrática Auxiliar, Universidad de Puerto Rico*

El autor del libro, el Dr. Mark Gottdiener es un sociólogo que trabaja actualmente como profesor en la Universidad de Buffalo en New York. Ha publicado 14 libros y decenas de artículos relacionados con la cultura y la sociedad, entre ellos “The New Urban Sociology (1999),” “The Theming of America: Dreams, Visions and Commercial Spaces” (1997) y “Learning from Las Vegas,”(2000). Además, tiene extensa experiencia editorial en revistas profesionales de sociología, cultura y consumo.



Gottdiener explica que hoy la auto realización de las personas es a través de modalidades de consumo tales como el crédito, las compras por comparación y las compras por medios electrónicos. Éstas son las formas principales en las que las personas experimentan la vida cotidiana. Actualmente el consumidor es el soberano y se le da atención a la “McDonaldización” y a la “Disneyficación.” Según los lugares de consumo y la variedad de sus formas se multiplica, la sociedad se enfrenta a un mundo de consumo y de consumismo más

complejo. El propósito de Gottdiener es presentar una colección de temas de distintos autores que ayuden a entender las diferentes experiencias que caracterizan el consumo y que ayudan a moldear el ser.

El libro consiste de una introducción y 13 capítulos divididos en dos partes: 1. Perspectivas teóricas, y 2. Estudio de casos (la introducción, el primer capítulo y el último fueron escritos por Gottdiener). El primer capítulo repasa las teorías clásicas de consumo y comodificación (modificación del consumo) del siglo XIX y principios del siglo XX. El capítulo 2 explora la tesis de la “McDonaldización” de Ritzer y Oviada y explica cómo la industria de las “comidas rápidas” ha diseminado la franquicia de McDonald globalmente. En los capítulos siguientes Royek discute el fenómeno del turismo como ofrecimiento de conjunto o “package”, una forma comodificada de consumo y cómo se promociona hábilmente. Este tipo de consumo está restringido por diferencias sociales. Oh y Arditi introducen perspectivas contemporáneas sobre ir de compras, que es una actividad de consumo cuya función sirve para crear lazos íntimos con familiares y amigos.

Los estudios de caso seleccionados por Gottdiener son muy apropiados para explicar las nuevas teorías de comodificación. Cook muestra cómo los nuevos mercados para los bienes son creados, como por ejemplo el mercado de la ropa de infantes. DuPuis explora la transformación de la industria lechera y su efecto en el consumo de la leche de vaca. Cerulo expone la comodificación de la violencia tanto en los medios de comunicación en masa como en los juegos de vídeo y de computadoras y su efecto en la violencia en las escuelas. Bramlett y Sloan discuten la comodificación de los deportes profesionales como la venta de asientos en los juegos de fútbol. Seiler discute la comodificación de la música “rock” y su mercadeo.

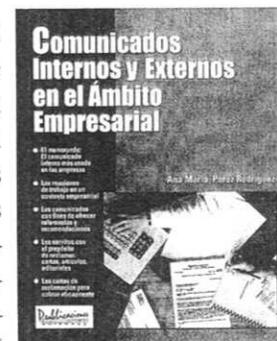
Las nuevas formas de consumo que Gottdiener presenta son la comodificación del sexo (el caso del Caribe y cómo esta industria representa globalmente por lo menos \$20 millones); y la comodificación de lo sagrado (el crecimiento del turismo en Tierra Santa, Israel). Por último, Gottdiener presenta espacios nuevos o ambientes de consumo, los espacios sociales nuevos, las nuevas formas electrónicas y las nuevas modalidades en estilos de vida.

Gottdiener logró su propósito de presentar las teorías de consumo y de comodificación junto con el estudio de casos de forma interesante y lógica. Es éste un libro excelente que puede usarse como texto de referencia en las clases de conducta del consumidor, mercadeo estratégico e investigación de mercadeo, así como en las clases de sociología de la cultura y economía de consumo.

**Pérez Rodríguez, Ana María.** *Comunicados internos y externos en el ámbito empresarial.* Hato Rey, Puerto Rico. Publicaciones Puerto-riqueñas, Inc. 2003, 289 páginas.

*Reseñado por: Sandra Sepúlveda Trinidad, Ph. D, Universidad de Puerto Rico ssepulveda@prw.net*

He aquí un texto que llena una necesidad académica y profesional. Las estrategias de comunicación oral y escrita que se analizan son cónsonas con el mundo globalizado del siglo XXI, el cual exige que los procesos comunicativos internos y externos –sistemas interdependientes y agentes de cambio poderosos– sean transparentes, claros y eficaces. En el campo académico es un texto pertinente y motivador para concienciar a los/ las estudiantes de que la comunicación debe considerarse como uno de los activos más importantes de una empresa. Además, es una excelente herramienta de consulta para los/las profesionales, empresarios/as y administradores/as ya que discute y analiza los aspectos comunicativos más importantes de una empresa desde la óptica del/ de la gerente, de modo que permite una visión amplia de los aspectos gerenciales medulares, y guía hacia la solución de conflictos internos y externos de los componentes humanos enmarcados en la empatía y las relaciones interpersonales.



Ningún tema que sea pertinente sobre comunicación interna y externa escapa a la mirada analítica e incisiva de la autora. Consta de un prólogo, cinco capítulos y una bibliografía consultada que le sirven a la profesora Ana María Pérez para dirigirnos con seguridad, habilidad investigativa y transparencia por los procesos comunicativos: desde el comunicado escrito más usado en las empresas, el memorando, hasta las cartas de reclamación para cobrar eficazmente. Discute asimismo aspectos vitales de la vida laboral como la celebración de reuniones de trabajo productivas, los comunicados con fines de ofrecer referencias y recomendaciones, y las cartas, los artículos y editoriales cuyo propósito es reclamar.

Cada capítulo está ampliamente ilustrado con ejemplos correctos e incorrectos analizados, y ejercicios retadores, pertinentes y actualizados para que el/la lector/a aplique los conocimientos que ha aprendido. Las recomendaciones que se incluyen para cada tema y las ventajas que la autora destaca sobre otros comunicados escritos resultan muy útiles. Las técnicas de redacción que la autora privilegia en el texto están mediatizadas multidisciplinariamente por las relaciones interpersonales, la inteligencia emocional, los aspectos éticos y legales, la responsabilidad individual y la responsabilidad vicaria que se asume en distintas instancias en el campo laboral.

De manera sistemática, detallista y muy cuidadosa este libro responde a los requisitos del curso *Comunicación Empresarial en Español*, al que se enfoca principalmente el texto, y a la manera en que la revolución tecnológica ha modificado el contenido de los escritos internos y externos, la forma en que se redactan y la frecuencia de los mismos. Las fuentes bibliográficas son pertinentes, variadas y actualizadas; el estilo, transparente y claro. Es un libro con una presentación excelente: buen relieve visual y colorido, y una selección acertada de ilustraciones, tablas y ejemplos que evidencian el interés por educar al/a la receptor/a primario/a, es decir, el/la estudiante, futuro/a empresario/a de Puerto Rico. En esta sociedad actual basada en una economía de información y servicios que privilegia la producción de conocimientos y la comunicación eficaz, el texto de la profesora Ana María Pérez nos posiciona en la justa perspectiva para concienciarnos sobre la importancia de la comunicación para alcanzar el éxito profesional y personal.

**Toro Díaz, Carlos A. (2002).** *Los Errores de Diseño y el Aprendizaje en las Organizaciones: Teoría de Acción, Evidencia Empírica y Aplicaciones Prácticas*. San Juan, Puerto Rico: Publicaciones Puertorriqueñas

*Reseñado por: Dr. Carlos Toro Díaz, Escuela Graduada de Administración de Empresas, Universidad de Puerto Rico*

El libro gira en torno a las ideas del autor sobre el comportamiento de los sistemas de trabajo. Las mismas tienen profundas implicaciones para la calidad de vida de los trabajadores y para la efectividad de las organizaciones que los emplean. Sus autores intelectuales son los investigadores estadounidenses Chris Argyris, de la Universidad de Harvard, y el fenecido Donald Schön, del "Massachusetts Institute of Technology".

Comenta el autor que, según las ha ido incorporando a su programa de investigación y consultoría, las ha compartido con sus estudiantes y clientes, algunos de los cuales le han pedido una presentación escrita cuyo propósito sea resumirlas, ilustrarlas y destacar las implicaciones que tienen para mejorar la efectividad de las organizaciones. En un sentido fundamental, el libro es la respuesta a dicha petición y, por lo tanto, va dirigido principalmente a las personas interesadas en el misterio de la conducta organizacional.

El libro está organizado en seis capítulos. El propósito del primero es presentar el escenario donde protagonizan las nociones que posteriormente se elaborarán e incluye una perspectiva histórica sobre aquellos estudios posteriores a la Revolución Industrial que giran alrededor del factor humano en las organizaciones. En el segundo capítulo se propone que la terca persistencia de climas de trabajo caracterizados por la ineficacia se debe a la presencia usualmente inadvertida de diseños de acción aprendidos desde



pequeños y que siguen determinando la forma contraproducente que se acostumbra usar al manejar las diferencias interpersonales.

Al reconocer las implicaciones que tienen las atribuciones hechas en ese segundo capítulo, el tercer capítulo presenta varias ilustraciones y datos que pueden usarse para cuestionar y evaluar los argumentos y las conclusiones. El siguiente capítulo, por su parte, contiene la respuesta o alternativa que se propone para atender el problema planteado. Es decir, en el mismo se presenta el diseño de acción que podría resolver los dilemas descritos en los capítulos anteriores.

Los últimos dos capítulos representan un esfuerzo por facilitar la transición del diseño de acción que obstaculiza el logro de sistemas de trabajo más eficaces hacia el diseño de acción que se propone como correctivo. En el caso del quinto capítulo, el énfasis es en el aprendizaje individual de dicho diseño, mientras que el sexto se concentra en el aprendizaje organizacional.

Conviene añadir que las ideas presentadas están ilustradas por los resultados obtenidos durante las investigaciones y otras actividades de consultoría realizadas por el autor.