

Adicionalmente creo que debería haber alguna referencia a la Logística, cuya importancia es creciente dentro de las herramientas de marketing.

Asimismo las nuevas estrategias de distribución "sin tienda" o "dentro de la tienda", así como las "tiendas virtuales" suponen una auténtica revolución en las formas y técnicas del marketing.

También el Marketing directo, dentro de las precitadas nuevas técnicas informáticas de Tipología y segmentación,

conlleva un nuevo estudio en cuanto a su personificación.

Respecto a los medios audiovisuales, considero que debería haberse estudiado el impacto que supone en la forma actual de entender la Publicidad la entrada de la Televisión Digital, la Televisión por Cable y la generalización del uso de INTERNET.

En cuanto a la utilización del instrumento Precio, el estudio resulta incompleto sin entrar en analizar la forma de pago del precio como herramienta fundamental hoy en

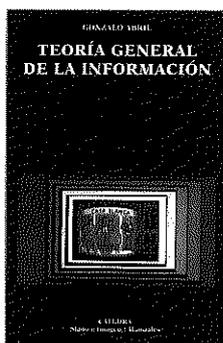
día, con especial mención a las Tarjetas de Crédito o Débito como herramienta clave de fidelización hoy en día.

Tampoco es excesivamente completo el tratamiento que se otorga al instrumento Producto, ya que por resumir se habla únicamente de dos elementos identificadores del producto obviando referencias a los demás.

En descargo de la autora he de decir que el libro tiene una lectura fácil y amena y que resulta difícil resumir en poco más de 100 páginas to-

do lo que ha pretendido hacer. Pero el excesivo resumen hace que la utilidad de este libro para el Profesional del Marketing sea bastante escasa; sin embargo resulta un buen libro de "camilla" para aquel neófito en la materia que en un día quiera tener una visión general del Marketing y no desee excesivas complejidades.

Desde un punto de vista científico, la obra no aporta novedad alguna, en cuanto que tampoco pretende ser una obra de innovación.



Gonzalo Abril  
Teoría General de la Información. Datos, relatos y ritos.  
Editorial Cátedra, Madrid, 1997

Francisco Sierra

El paradigma interpretativo, o cultural, ha abierto en los últimos años vías originales de investigación de los fenómenos informativos y del universo mediático de la cultura de masas, constatando la naturaleza heterogénea de la comunicación social y las contradicciones de procesos actuales como la "glocalización" para renovar los planteamientos

teóricos más reduccionistas a partir de un marco multidisciplinar, reflexivo y crítico sobre las relaciones entre la comunicación y la cultura. El paso de una visión de la información como objeto a la apertura problematizadora de la comunicación como un proceso en el que lo informativo se nos muestra atravesado por múltiples voces, diversos niveles de la

realidad social y representaciones contradictorias y superpuestas constituye hoy el punto de partida de una nueva mirada en torno a los procesos de comunicación social mucho más productiva y enriquecedora para las Ciencias de la Información.

Superando el empirismo abstracto y el más obtuso "informacionalismo", Gonzalo Abril bosqueja, en este senti-

do, un marco pluridisciplinario y "multiperspectivo" de interpretación con el que pensar los procesos de información en la cultura contemporánea, más allá de convencionalismos académicos, de los corporativismos profesionales al uso y de la epistemología del cientificismo positivista que comprende tanto funcionalismos de izquierda (como, por ejemplo, las pro-

puestas althusserianas o las simplificaciones pansemiólogistas) como también, por supuesto, los funcionalismos de derecha (como, por poner un caso que analiza el autor, los estudios de los efectos hasta la relativamente reciente teoría de usos y gratificaciones, aún hoy dogma de fe en algunos centros de investigación como la Universidad de Stanford).

La Teoría General de la Información (TGI) con que aborda el universo de la comunicación el autor es un marco transdisciplinar de saberes y teorías particulares que, como indica el profesor Valbuena (cuya obra, por cierto, acaba de ser reeditada en la Editorial Noesis y es un manual de obligada referencia en España en Teoría de la Información), parte del reconocimiento del carácter complejo y totalizador del hecho informativo. Desde esta perspectiva, la TGI se propone, en palabras de Gonzalo Abril, analizar y explicar los procesos de información y comunicación adoptando como marco teórico el conjunto de las teorías de la sociedad que se plantean en términos de teoría de la comunicación y que comparten el interés por el problema central del sentido, superando las visiones operativas de la cibernética de primera generación, el modelo conductista psicopsicológico y la teoría clásica de sistemas. Se trata pues de una mirada sobre la información y la comunicación interpretativa, contextualizadora, culturalista e interactiva, que parte de los mundos de vida y de representación de los pro-

pios actores sociales a través de sus lenguajes, percepciones y representaciones de la realidad social.

El libro es valioso, por lo mismo, al sugerir y apuntar numerosas líneas de fuga, caminos ignotos y campos aún por explorar que invitan al lector a diversas y comprometedoras incursiones. Especialmente sugerentes son por ejemplos los epígrafes que tratan sobre los modos de significación y la socialización del lenguaje instrumentados por el tardocapitalismo, que exigiría un análisis más crítico sobre las mediaciones culturales de la posmodernidad, o, como dice Jameson, del discurso sobre la crisis de la modernidad como metarrelato, pues en el trasfondo de este problema está presente la discusión sobre las formas de identidad y el problema del sujeto.

Las incursiones sobre la posmodernidad mediática, a través de las formas desterritorializadas de anclaje de la experiencia comunicacional con las nuevas tecnologías de la información aportan lo más sugerente del libro. Aunque se echa en falta un mayor desarrollo del diálogo explícito con las críticas al tautismo y la autorreferencialidad de los sistemas informativos efectuadas por autores como Lucien Sfez, Gonzalo Abril apuesta claramente por la contextualización histórica de las instituciones y usos sociales de las nuevas tecnologías en el proceso de abstracción y modificación de las coordenadas espacio-temporales.

El universo multimedia interactivo, la fragmentación

del referente y el universo simbólico, la diferenciación social en los consumos y los insumos informativos (una información, dirá Bateson, es una diferencia que crea una nueva diferencia) rompen en Abril el campo tópico y convencional de la información —como disciplina de fundamentación informacional, estadística o cibernética— para abrir el campo de preocupaciones de la información y la comunicación a la irreductible heterogeneidad de la vida social y cultural contemporánea. La propuesta arriesgada, y difícil, del autor es precisamente asumir como propia la complejidad social en el proceso de análisis como un componente esencial de las ecologías de vida para que, de una vez por todas, el investigador se enfrente reflexivamente a la diversidad de objetos heteromorfos que integran el campo abierto, inalcanzable (la totalidad perdida) e indeterminado de la información y la comunicación, con otra cultura y estrategia metodológica de investigación social.

En esta línea, el programa de trabajo a partir de los problemas de construcción y representación del sentido por los actores sociales con los textos y los discursos periodísticos y/o mediáticos de la "cultura de masas" termina por romper el cerco psicopsicológico y medio-céntrico de la comunicación para abrir el campo de lo informativo al ámbito complejo, variado e inestable de las prácticas sociales, que remite a la ecología discursi-

va como marco de análisis de contextualización en el que integrar textos, discursos y medios en relación a la cultura y los mundos de vida por el que deambulan y negocian o modifican sus identidades los sujetos sociales. Como Silverstone bien señala, el ámbito doméstico de la comunicación obliga a plantear miradas constructivistas de las ecologías mediáticas, integrando en la unidad fundamental del consumo (el hogar) los procesos e interface de la cultura.

Las mediaciones tecnológicas, cognitivas y semióticas de la información en la sociedad contemporánea constituyen el campo ambiguo de indagación sobre la cultura que anima esta línea de trabajo. La incursión por las "redes de sentido y culturales múltiples" (Mabel Piccini), la inmersión por los códigos de navegación por el que naufraga el sujeto posmoderno permiten en los ensayos de Gonzalo Abril lecturas productivas en los campos de intersección y encuentro de la cultura, la sociedad y la comunicación.

Interesante hubiera sido, no obstante, que, al hilo del análisis sobre el contexto del sujeto de la posmodernidad, el autor hubiera tratado a fondo el problema de la memoria, en relación a la cultura popular, como un eje desestructurador del propio discurso o metarrelato posmoderno. Habrá que seguir esperando, de momento, la producción futura del autor para conocer algunas de sus aportaciones en este sentido.