

MIÈGE, Bernard

(JGC)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

- a. Del libro reseñado.

MIÈGE, Bernard, El pensamiento comunicacional, 1ª edición, México, Universidad Iberoamericana, 1996, 133 páginas.

- b. De la edición original.

Le pensée communicationnelle, 1ª edición, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1995, traducción de Alejandro Pescador

2. Descriptores conceptuales de contenido.

- a. Epistemología. Hermenéutica (Positivismo)
- b. Fuentes. Sociología funcionalista (Sociología crítica-cultural, Semio-lingüística, Psicología Social, Economía Política, Cibernética)
- c. Comunicología. Difusión
- d. Macro-objeto. Historia
- e. Objeto específico. Comunicación

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra.

- a. Clasificación campal. Dentro-dentro
- b. Época. Los noventa. Desarrollo del espacio conceptual.
- c. Región. Europa

4. Contenido de la obra.

- a. Género. Historia
- b. Índice de la obra.

Introducción

5

Primera parte. Las corrientes fundadoras (los años cincuenta y sesenta).

13

El modelo cibernético

14

El enfoque empírico-funcionalista de los medios masivos de comunicación.

23

El método estructural y sus aplicaciones lingüísticas

32

La sociología de la cultura de masas

38

El pensamiento crítico

39

La psicología	41
El pensamiento macluhaniano	41
Segunda parte. La expansión de las problemáticas (los años setenta y ochenta)	
	45
La economía política (crítica) de la comunicación	46
La pragmática	54
La etnografía de la comunicación, la etnometodología y la sociología de las interacciones sociales	61
Las sociologías de la técnica y de la medición	66
La recepción de los mensajes y la formación de usos de los medios	71
Las filosofías de la comunicación	77
Tercera parte. Las interrogantes actuales	
	85
Una teoría general improbable e incluso inconcebible	89
La información acrecentadora por la comunicación	93
La impensable sociedad de la información (o de la comunicación)	99
De la interdisciplina preferente al repliegue sobre las disciplinas	102
La afirmación necesaria de las especificidades de las ciencias de la información y de la comunicación	108
Conclusiones	
	112
Notas	
	117
Bibliografía General	
	125

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice. Un libro sobre pensamiento comunicacional escrito por un autor francés. El texto es apunte reflexivo, una obra breve y sintética. En la primera parte presenta con una década por lo menos de atraso lo que el considera las

corrientes fundadoras. Incluye incluso a Macluhan en este rango de treinta y casi cuarenta años. El apunte es sugerente, distinto a otros. El segundo título general también es sugerente, la expansión de las problemáticas, el momento en que aparece una segunda generación heredera de la anterior, lo que no suele verse en forma tan clara en otros autores. Sólo reconoce lo que explícitamente se ha considerando dentro del campo oficial de la comunicación académica, la versión más o menos legitimada. Las dos partes, de ochenta páginas son casi un relato informal de la memoria académica sucinta. La tercera parte propone una lectura sobre la situación en los noventa, la sociedad de la información y las nuevas tecnologías son el centro de su reflexión. La bibliografía general es de llamar la atención, es también producto de un ejercicio de síntesis.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

Las tres partes tienen su interés. La primera por el apunte sobre lo que el autor considera los textos y autores fundacionales, un buen apunte para reflexionar. La segunda por la puntualización de una gran segunda generación, lo que no suele reconocerse como tal. La historia del pensamiento comunicacional queda dividida de esta manera en dos partes. La tercera parte es una lectura de los noventa, el autor está muy interesado en vincular a los prácticos con los teóricos, y tejer posibles puntos de encuentro. Además de dejar como asunto pendiente el de la legitimidad de la comunicación en el mundo académico, en el práctico es uno de los centros del cosmos.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y a la comunicología.

Es un texto corto, esa es su cualidad básica, lo cual lo hace de fácil y rápida lectura y consulta, pero al mismo tiempo lo deja en un nivel de generalidad y poca profanidad evidentes. Como sea es un texto útil y contemporáneo a casi diez años de su edición original. No abundan los libros sobre pensamiento comunicacional, historia de las teorías de la comunicación, o temas afines. Este es un texto de referencia obligado en ese espacio conceptual.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo).

El libro fue editado en español por la Universidad Iberoamericana de Santa Fe, la legendaria institución pionera en los estudios sobre comunicación. Lo edita la Cátedra UNESCO, que trajo a México la gestión de Carmen Gómez Mont, reconocida personalidad en el medio académico sobre todo por su trabajo en el espacio conceptual de las nuevas tecnologías de información y comunicación. Ella también es conocida por su cercana relación en el mundo francés, de hecho ha sido representante oficial del campo académico de la comunicación en relación con aquel otro campo, el francés. La distribución del texto ha sido mala, pero se convertirá en un libro básico en la bibliografía sobre historia del pensamiento en comunicación.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.

A Miège lo conocemos poco o nada en nuestro medio, este su único texto en español conocido. De nuevo la imagen de la escasez en la relación académica y bibliográfica con el mundo de la comunicación francés.