

PRIETO, Francisco

(JGC)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado.

PRIETO, Francisco, La comunicación interpersonal, 1ª edición, México, Ediciones Coyoacán, 2001, 112 páginas

2. Descriptores conceptuales de contenido.

- a. Epistemología. Hermenéutica
- b. Fuentes. Psicología Social
- c. Comunicología. Interacción
- d. Macro-objeto. Comunicación
- e. Objeto específico. Interpersonal

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra.

- a. Clasificación campal. Dentro-dentro
- b. Época. Siglo XXI. Desarrollo del espacio conceptual
- c. Región. América Latina

4. Contenido de la obra.

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

Primera parte

Relaciones Sociales

11

Introducción

13

Primera lección. La persona

17

Segunda lección. El nosotros, el otro, el yo

23

Tercera lección. Amor, Generosidad y Servicio

31

Cuarta lección. La familia

37

Quinta lección. La cultura

45

Sexta lección. El trabajo

51

Séptima lección. La Economía

55

Octava lección. La Política y el Estado

61

Bibliografía

65

Identidad

67

Novena lección. Qué es el concepto de identidad

69

Décima lección. El rol social

73

Décimo primera lección. El ámbito social

77

Décimo segunda lección. El orden de la vida social

79

Décimo tercera lección. Nosotros-Ellos, Se

83

Décimo cuarta lección. México: Identidad nacional

87

Décimo quinta lección. Cultura y culturas indígenas y su dinámica en las identidades

91

Bibliografía

101

Apéndice I. Dos reglas de oro de la comunicación interpersonal

103

Apéndice II. Unas notas sobre el diálogo

107

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice. Este es un texto dividido en dos partes. La primera se desarrolla sobre la temática general de las relaciones sociales. El autor enfoca el asunto con una agenda de temas que van del individuo a las dimensiones generales de la composición y la organización social. La perspectiva constructiva de sus tesis se mueve dentro de una filosofía social y una psicología filosófica. La segunda parte la desarrolla sobre lo que el autor considera la configuración elemental de la vida social y por tanto efecto directo de las relaciones interpersonales, la identidad. En siete temas desarrolla una agenda entre sociológica y antropológica, guiada por una perspectiva filosófica y humanística. El texto se completa con dos apéndices donde el autor deja claras sus ideas sobre la

comunicación desde una filosofía social con toques existencialistas y fenomenológicos.

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

La parte más importante es la primera, que hace mayor referencia al título de la obra. En ella quedan plasmadas las ideas del autor sobre la comunicación interpersonal desde una visión entre filosófica y psicológica. La segunda parte complementa la expresión del pensamiento de Prieto. Los apéndices son claves, resumen en forma sintética lo que el autor entiende por comunicación interpersonal, un fenómeno donde el concepto de persona adquiere toda su profundidad y sentido en un marco humanístico lleno de valores e ideales de riqueza subjetiva y visiones del encuentro inter-subjetivo como el gran momento de construcción social por el juego de la creación en el diálogo y la alteridad necesaria.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

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

Es de los pocos textos que existen en México sobre comunicación interpersonal escritos por un miembro del campo, quizás el único. Lo que muestra la pobreza del mundo académico en este sentido. Por otra parte el libro queda con muchos pendientes, es un texto corto que no desarrolla los temas que propone, los deja sólo apuntados como una forma de agenda por desarrollar en otro lugar, y quizás por otros estudiosos. El libro se enmarca dentro de la dimensión comunicológica de la interacción. Es un pequeño aporte a un territorio conceptual prácticamente inédito en nuestro medio.

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

El libro es un texto desconocido, pero no el autor. No existen programas de investigación ni desarrollos conceptuales en comunicación interpersonal en nuestro medio. De ahí que el libro no tenga la más mínima posibilidad de ubicación en alguna currícula o asignatura de un plan de estudios. Sólo aquellos interesados, por razones imprecisas, tendrán acceso al libro, el cual no tiene una buena distribución ni es fácil de adquirir.

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

Francisco Prieto es uno de los fundadores del campo académico de la comunicación, fue director del departamento de comunicación de la Universidad Iberoamericana durante ocho años, y ha sido maestro del área durante tres décadas. Su trayectoria pública es más reconocida por su trabajo como personalidad de la radio, o por sus publicaciones literarias, es autor de más de diez libros entre novelas y cuentos. Toda su obra comunicológica ha sido editada por Premiá primero, y Ediciones Coyoacán, después. Siempre libros breves, pequeños ejercicios de apuntes que siempre han dejado a deber. El autor tiene mucho más que aportar que lo que ha dejado por escrito en asuntos de comunicación. Egresado de la Ibero de la ciudad de México y profesor durante toda su vida profesional de la misma institución.