

MUCCHIELLI, Alex

(MRG)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado

Mucchielli, Alex, *Psicología de la comunicación*, 1ª Edición, Barcelona, Editorial Paidós, 1998, 270 páginas.

b. De la edición original

Mucchielli, Alex, *Psychologie de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France, 1995.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología: Positivismo (Sistémica)

b. Fuente histórica: 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: Los noventa. Desarrollo del espacio conceptual

c. Región: Europa.

4. Contenido de la obra

a. Género: Summa

b. Índice de la obra

Introducción, 11

PRIMERA PARTE.

LOS PARADIGMAS DE REFERENCIA Y LA METODOLOGÍA DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN

1. La noción de paradigma, 15

2. El paradigma estructural-expresivo, 17

1. El paradigma, 17

2. El análisis de contenido, 21

3. El análisis de la comunicación como expresión de una organización interna de la psique, 23

4. Conclusión, 26

3. El paradigma formal-transaccional, 27

1. El paradigma, 27

2. La metodología del análisis transaccional, 34

3. El análisis de la comunicación en términos de transacciones, 35
 4. Conclusión, 38
 4. El paradigma de relación-sistémico, 39
 1. El paradigma, 39
 2. La metodología de análisis, 45
 3. El análisis de relación y sistémico de la comunicación, 48
 4. Conclusión, 50
 5. El paradigma fenomenológico y praxeológico, 53
 1. El paradigma, 53
 2. La metodología de análisis, 58
 3. Análisis fenomenológico y praxeológico de la comunicación, 65
 4. Conclusión, 67
- Conclusión, 69

SEGUNDA PARTE.

LAS FORMAS DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

1. La comunicación global y sus estrategias existenciales, 77
 1. La comunicación como fenómeno global, 78
 2. Las estrategias fundamentales de la comunicación, 82
 3. Conclusión, 89
2. La comunicación implícita y la creación de normas de relación, 91
 1. La comunicación implícita del líder y sus efectos inducidos, 92
 2. Las comunicaciones implícitas en la construcción de identidad, 95
 3. La comunicación implícita y la creación de normas de referencia, 103
 4. Conclusión, 107
3. La comunicación paradójica, 109
 1. Definición, 110
 2. La situación de doble obligación y sus efectos, 112
 3. La injunción paradójica en la terapia, 115
 4. Conclusión, 117
4. La comunicación de sugestión y las situaciones de influencia, 119
 1. La fuerza de la palabra, 120
 2. El papel de la situación, 122
 3. Los elementos de situación inductores y la competencia sobre el entorno, 123
 4. Conclusión, 128
5. La comunicación defensiva, 131
 1. La comunicación de defensa transpersonal, 131
 2. La comunicación de defensa social, 136
 3. Las grandes categorías de las comunicaciones de defensa social, 144
 4. Las intervenciones para neutralizar las comunicaciones defensivas en las conversaciones, 145
 5. Conclusión, 149
6. La comunicación proyectiva, 151
 1. La proyección en psicología, 151
 2. Definición de la comunicación proyectiva, 154

3. La renovación de las técnicas proyectivas mediante la utilización del paradigma fenomenológico y praxeológico, 156
 4. Conclusión, 164
- Conclusión, 167

TERCERA PARTE. PSICOLOGÍA DE LAS SITUACIONES DE COMUNICACIÓN INTERPERSONALES

1. La comunicación en el encuentro, 171
 1. Los reflejos y predisposiciones previos al encuentro, 171
 2. Las identificaciones del otro, 176
 3. La presentación de sí mismo, 181
 4. Los primeros intercambios verbales, 186
 5. Conclusión, 194
 2. La comunicación en el encuentro amoroso y en la vida de pareja, 197
 1. La selección del ser amado, 198
 2. Los elementos psicológicos que presiden la elección amorosa, 203
 3. La comunicación "auténtica" fuera de la fase idílica, 209
 4. La comunicación conyugal, 213
 5. Conclusión, 220
 3. La comunicación en las conversaciones y en el diálogo, 223
 1. La conversación psicoanalítica, 224
 2. La conversación de ayuda y la actitud no directiva, 231
 3. Efectos y usos de la actitud de comprensión, 237
 4. La conversación en psicoterapia existencial, 240
 5. Las técnicas de las conversaciones y de las entrevistas no directivas, 243
 6. El diálogo, 247
 7. Conclusión, 252
- Conclusión, 255

Conclusión general, 257

Bibliografía, 259

Índice analítico, 269

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.
Esta obra se divide en tres grandes partes, dos de ellas de carácter fundamentalmente teórico y una, la última, que ilustra resultados de investigaciones empíricas. La finalidad global de la obra es dar coherencia a la diversidad de aportaciones que la psicología ha hecho a los estudios sobre comunicación interpersonal. La primera parte de la obra constituye el espacio paradigmático fundamental; en ella se exponen cuatro sistemas teóricos y conceptuales básicos de la psicología que nutren a los estudios sobre la

comunicación. La segunda parte de la obra es de carácter también expositivo. En este caso se explican los distintos tipos de comunicación interpersonal: implícita, sugestiva, defensiva y proyectiva. La tercera y última parte es ya la exposición de resultados de estudios empíricos sobre psicología de las situaciones de comunicación interpersonales: los encuentros sociales, el amor y los diálogos en psicoanálisis constituyen los tres objetos específicos referidos en la obra.

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

En un sentido teórico-conceptual, la parte más importante de la obra es la primera. Sin embargo, la exposición de los cuatro paradigmas básicos procedentes de la psicología debiera ser complementada con lecturas específicas de esa disciplina, puesto que en esta obra el autor hace una síntesis pero no logra explicar los pormenores conceptuales de estos paradigmas. Pese a este sesgo que pueda haber, esta primera parte constituye el pilar conceptual de la obra, hasta el punto que se puede decir que sin comprender los paradigmas se dificultaría enormemente la comprensión de los ejemplos empíricos que aporta el autor en la tercera parte.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

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

Siendo la psicología social una de sus fuentes históricas, este libro constituye una importante aportación a la construcción de la comunicología como disciplina. El punto de partida es la consideración de la psicología como campo del conocimiento que ha estado en el centro del debate acerca de la comunicación, específicamente en su vertiente interpersonal. La importancia de la obra radica en que hace dialogar dos disciplinas que, en su conjunto, han constituido lo que se podría denominar una sub-disciplina en el campo de la comunicología: la psicología de la comunicación. El autor pone el acento en la comunicación, y así pues, la psicología se convierte únicamente en el marco teórico y conceptual para el abordaje de la comunicación humana. La obra confirma la necesidad de que la dimensión de la interacción debe ser retomada como objeto básico de los estudios de comunicación. Desde una perspectiva psicológica, en la obra se desarrollan nuevas concepciones de la comunicación interpersonal, por un lado, y se recogen los datos fundamentales de un siglo de investigaciones psicológicas, desde Freud (1880) hasta la Escuela de Palo Alto (1980), por el otro. Por todo ello, el libro contribuye a ampliar el espacio conceptual de la comunicología, así como a retomar aspectos de la psicología ya clásicos que, sin duda, enriquecen y amplían el abanico de posibilidades de los estudios comunicológicos.

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

Su relativa novedad hace que esta obra no sea, en la actualidad, un referente básico en el campo académico de la comunicación. Los medios de comunicación, la difusión, siguen siendo los objetos privilegiados en el estudio de la comunicación, y sin embargo, son cada vez más las obras que acentúan una dimensión comunicológica distinta a la mediática. Este libro todavía no se ha hecho con un lugar en el campo, no está dentro del abanico de lecturas

obligatorias de los planes de estudio de la comunicación. Quizás sea necesario dar mayor peso a los estudios sobre comunicación interpersonal, a todo lo relativo a la interacción, para que se tomen en cuenta obras como ésta. Y para que, a la larga, éstas vayan sustituyendo, o al menos acompañando, a los clásicos de la disciplina que gozan de mayor prestigio y presencia en el campo académico de la comunicación.

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

Alex Mucchielli, profesor de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Montpellier III (Francia), ha destacado como autor de obras relacionadas con las motivaciones e influencias humanas, siempre teniendo como marco de reflexión la dimensión interpersonal de la comunicación. En *Las motivaciones* (1988, Paidotribo, Barcelona), el autor se sumerge en el mundo de las motivaciones de los seres humanos, en una suerte de relación entre motivación, deseo y acción. En otra de sus obras, *El arte de influir: análisis de las técnicas de manipulación* (2002, Cátedra, Madrid), toma como punto de partida la teoría sistémica de la comunicación y muestra la homogeneidad de los fenómenos de influencia en las técnicas de publicidad y, en general, en los discursos de persuasión y manipulación presentes con tanta fuerza en la vida cotidiana. En medio de ambas obras se encuentra *Psicología de la comunicación*, que de alguna forma constituye la suma de ideas, conceptualizaciones, teorías y trabajos prácticos que el autor ha venido desarrollando a lo largo de su trayectoria. En este sentido, esta obra se erige como la síntesis de la propuesta teórica del autor, sin dejar de tomar en cuenta que, como en las otras obras, el autor hace especial uso de ejemplos de estudios empíricos que, sin duda, contribuyen a convertirla en una lectura más amena y comprensible.