


Quaderns de Psicologia | 2018, Vol. 20, No 3, 271-283

ISSN: 0211-3481

 <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1470>

El arte de conversar de Schulz von Thun: la condición política de la comunicación

Schulz von Thun's The Art of Conversation: the political condition of the communication

Enrique Arreola Núñez

Yessica Paola Morales Ibarra

Raúl Ernesto García Rodríguez

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

En este artículo se realiza una presentación y un breve análisis crítico del texto *El arte de conversar* de Friedemann Schulz Von Thun de 1981, que aborda el tema de la comunicación interpersonal desde una perspectiva psicológica-interventiva. Mediante un ejercicio hermenéutico y sin pretender hacer afirmaciones absolutas, se revisan los principales postulados del modelo de von Thun, así como los elementos que, para los autores, permiten dar cuenta de la condición política que implica el modelo, por el involucramiento y la reactivación del ámbito de las relaciones de poder en las interacciones verbales y por el establecimiento persuasivo de pautas psico-comunicativas de normalización. En este sentido, el modelo de comunicación analizado deviene un dispositivo que, sin pretenderlo explícitamente (y tal vez sin la conciencia de su autor), produce prescripciones de comportamiento verbal dirigidas al funcionamiento y la armonización acrítica de las relaciones sociales en un ejercicio político intrínseco de psicologización.

Palabras clave: El arte de conversar; Prescripciones conversacionales; Relaciones de poder; Psicologización

Abstract

This article presents a brief critical analysis of Friedemann Schulz Von Thun's text The Art of Conversation (1981), which explores the topic of interpersonal communication from a psychological-interventionist perspective. Through hermeneutical exercise bereft of pretensions of arriving at any absolute affirmations, it reviews the key postulates of von Thun's model and the elements that, according to the authors, make it possible to comprehend the political condition it entails in light of the involvement, and reactivation, of the ambit of power relations in verbal interactions, and the persuasive establishment of psycho-communicative patterns of normalization. In this sense, the communication model analyzed evolves into a device that, with no explicit intention of doing so -and perhaps without its author even being aware of it- generates prescriptions for verbal behavior directed towards the functioning of social relations and their acritical harmonization in an intrinsically-political exercise of psychologization.

Keywords: *The Art of Conversation; Conversational Prescriptions; Power Relations; Psychologization*

Introducción: el estudio de la comunicación, sus articulaciones teóricas a finales del siglo XX y la importancia de El arte de conversar de Shulz von Thun

Los estudios en el campo de la comunicación constituyen, todavía hoy en día, un punto de gran interés para la psicología. La comunicación y su vínculo consustancial con la subjetividad y las relaciones interpersonales, ha sido un campo fértil para numerosas propuestas, estudios, análisis e intervenciones desde la psicología. Las reflexiones relativamente recientes sobre el fenómeno de la comunicación (así como los modelos que pretenden explicarla) se interseccionan en el tiempo y se remontan, principalmente, a mediados del siglo XX, a raíz de los conflictos bélicos y en torno a cómo la comunicación (ante todo de un corte persuasivo) entraba en juego sobre las masas.

En un contexto general del estudio de la comunicación a partir del siglo XX (Pinazo y Pastor, 2006) pueden mencionarse los *modelos matemáticos y/o derivados de la teoría de la información*, que surgen y se desarrollan al extenderse el uso de los medios masivos de comunicación como herramientas de influencia social y política, y como un recurso nuevo de acción con respecto a los grandes sectores poblacionales. En este ámbito aparecen los trabajos de Harold Lasswell (1927); de Claude Shannon y Warren Weaver (1949); de Wilbur Schramm (1954); de Roman Jakobson (1960) o de Gerhard Maletze (1976). Pueden mencionarse también los llamados *modelos sociosemióticos* que integran perspectivas complejas y hacen énfasis en el estudio de los significados como aspectos cruciales para el análisis de la comunicación. Aquí se ubican trabajos tales como los de Umberto Eco (1977); Barry Jordan (1986) o Edward Sapir (1929) y su discípulo Benjamin Whorf (1940). Se encuentran además los *modelos o enfoques interaccionales y relacionales*, que entenderán la comunicación como un proceso que, de manera circular y retroactiva, se inserta en el contexto de las relaciones interpersonales y en el que el individuo participa siempre, de modo inevitable, independientemente de su voluntad personal. Estos modelos o enfoques se constituyen por los trabajos de la llamada Escuela de Palo Alto a través de autores como Gregory Bateson (1984); Ray Birdwhistell (1959);

Paul Watzlawick, Janet Beavin y Don Jackson (1969/2008) y en donde podríamos ubicar el trabajo mismo de Friedemann Schulz von Thun (1981/2012). Desde luego, encontramos también las perspectivas del llamado *interaccionismo simbólico*, que reivindica la explicación del comportamiento individual como expresión de las interacciones del grupo social y que incorpora el lenguaje verbal y no verbal como un aspecto clave en la proyección y realización de cualquier conducta. En esta tradición tenemos las aportaciones de George Herbert Mead (1934/1982) y Herbert Blumer (1969). Pueden mencionarse por último las diversas concepciones derivadas del llamado *giro lingüístico o discursivo* que articulan trabajos que van desde la obra de John Austin (1962) y John Searle (1969), la etnometodología y el análisis de la conversación de Harold Garfinkel (1967) hasta el análisis del discurso de Jonathan Potter y Margaret Wetherell (1987) y el construccionismo social de Michael Billig (1987) o de Kenneth Gergen (1996).

En estos escenarios teóricos, se publica en 1981, originalmente en idioma alemán, el texto *El arte de conversar Psicología de la comunicación verbal* de Friedemann Schulz Von Thun, con el propósito inicial de integrar reflexiones respecto “a la cuestión de cómo transmitir información de manera comprensible” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 17). El autor se pregunta si la psicología, además de su aportación científica, “puede aportar algo a la mejora de la comunicación humana” y enseguida responde: “Sí que puede. Aunque hasta ahora casi nadie haya mejorado sus habilidades comunicativas estudiando doctrinas psicológicas o resultados experimentales, quien quiera aprender y corregirse tiene a su disposición algunas herramientas y pautas que seguir” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 15). Así, la obra que habrá de analizarse, y que según su autor deberá entenderse como una “cartografía del conocimiento”, trata de “herramientas psicológicas” que deberán servir para mejorar el funcionamiento en el trato interpersonal, lo cual, por cierto, y siguiendo las palabras del propio autor, sólo se podrán aprehender “con la experiencia y la práctica” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 16).

Los antecedentes teórico-investigativos y prácticos de la obra de Shulz von Thun se vinculan con esfuerzos profesionales (Langer, Shulz von Thun y Tausch, 1981/2006) dirigidos

a mejorar las “habilidades de comunicación” de trabajadores de la industria en Hamburgo durante la década de los años setenta, en términos de incrementar la “comprensibilidad” y de promover “un tipo de trato más cooperativo” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 17). Bajo la influencia de Paul Watzlawick y otros (1969/2008), así como de planteamientos psicológicos de raigambre humanística provenientes de autores como Carl Rogers, Alfred Adler, Ruth Cohn y Fritz Perls entre otros (Shulz von Thun, 1981/2012), el autor destacará cuatro grupos de problemas o aspectos vinculados al examen o análisis complejo de la comunicación interpersonal, a saber **a)** el aspecto del contenido objetivo de aquello que se comunica; **b)** el aspecto de la relación o trato con el prójimo que se implica al comunicarse; **c)** el aspecto de la autoexposición o expresión de la personalidad del que se comunica y **d)** el aspecto de la incitación o influencia que se involucra al comunicar algo (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 18-19).

Con estos elementos, Shulz von Thun propondrá un modelo básico para el estudio de la comunicación interpersonal que se representa gráficamente en forma de un cuadrado, cuyos cuatro lados se constituyen por los cuatro aspectos de la comunicación a revisar, es decir, el contenido objetivo; la relación que se establece; la autoexposición que acontece y la influencia que se involucra.

En el centro del cuadrado Shulz von Thun coloca a “la noticia” entendida como la “unidad de la comunicación”. La “noticia” es algo así como el “paquete” comunicativo concreto, con sus partes verbales y no verbales y al mismo tiempo, “se convierte en el objeto del diagnóstico de la comunicación”. Toda noticia contiene a su vez varios mensajes simultáneos que se pueden examinar respecto a la ubicación que tienen en el cuadrado. Así, la noticia puede consistir en una o varias frases, puede ser una sola palabra o incluso un gesto o mirada elocuente, pero también puede consistir en “un discurso completo o una carta” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 40).

Más adelante, el autor sugiere la conveniencia de utilizar el término “expresión” en lugar del término “noticia”, pero sin cancelar el uso y el sentido del término “noticia” como unidad de comunicación. En todo caso la “expresión” (también llamada “noticia”) constituye el acontecimiento comunicativo concreto (ver-

bal y no verbal) que a la vez contiene (explícita o implícitamente), cuatro tipos de mensajes simultáneos vinculados a los cuatro aspectos de la comunicación ya mencionados (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 307-308). Los diferentes mensajes contenidos en la expresión o noticia pueden reforzarse entre sí y con ello otorgar “congruencia” a la noticia misma, o bien, pueden contradecirse entre sí y con ello otorgar “incongruencia” a la noticia o expresión (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 43-45).

En todo caso, la relevancia teórico-práctica del modelo de Shulz von Thun tiene que ver con el hecho de convertirse en una “herramienta psicológica” que se puede adaptar “al análisis de comunicaciones concretas”, que “sirve para detectar muchos trastornos de la comunicación” y que ofrece una estructura de análisis comunicativo ante uno u otro contexto temático (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 20). El modelo quiere dejar patente, en términos del reconocimiento de la complejidad de la comunicación interpersonal, que la “claridad” comunicativa se relaciona con las cuatro dimensiones o aspectos descritos de la noticia o expresión y no sólo con el aspecto del contenido objetivo involucrado; que una misma noticia o expresión contendrá muchos mensajes simultáneos (congruentes o incongruentes con el contenido de la noticia misma), situados a los cuatro lados del modelo, que pueden provocar un “irremediable malentendido” y, que las cuatro dimensiones (cuatro lados del cuadrado o cuatro “campos de juego”) de la comunicación, deben considerarse al mismo nivel de importancia conceptual y práctica y desmontar la tradición o idea de otorgarle al aspecto objetivo de la noticia o expresión una importancia excesiva, tal como ocurre todavía “en la educación y en el mundo laboral” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 21).

En consecuencia, Shulz von Thun define el propósito de la psicología de la comunicación en términos de “vencer este estigma” (se refiere a la presunta sobrevaloración de los aspectos objetivos de la comunicación y al desprecio de los aspectos subjetivos y de relación, que quedan entonces relegados a la “clandestinidad”) y de “transformar la comunicación objetiva y unidimensional en una comunicación viva, fluida y cuatridimensional” (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 21-22).

Con ello, se deberán “facilitar herramientas y pautas para una mejora real de la comunicación entre las personas” y de hecho contribuir a su “higiene emocional” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 22). En esta lógica se habrá de promover la “claridad interior y exterior” y la “coherencia” como “nuevos parámetros de una comunicación razonable”, y esto significa que la manera de comunicarse “debe coincidir” con el estado de ánimo de uno y del otro; con objetivos, valores y, además con “la verdad de la situación” que será un asunto crucial para conseguir la “sintonía” deseable en la comunicación interpersonal (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 24-25; 140-143). Contribuir a la mejora de la comunicación interpersonal puede lograrse mediante un trabajo enfocado, ya sea en el individuo, en la forma de convivencia del grupo y/o en las condiciones institucionales y sociales de interacción vigentes. En todo caso, el modelo podrá convertirse en el “prisma a través del cual los psicólogos y terapeutas de la comunicación observamos las relaciones interpersonales (...) detectamos las distorsiones y equívocos, y desde qué trasfondo conceptual proponemos los cambios” (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 24-26).

El pensamiento teórico-práctico de Shulz von Thun ha tenido experiencias de intervención diversas mediante la realización de talleres para la revisión y mejora de la comunicación interpersonal en ámbitos universitarios, industriales, de dirección de negociaciones y de encuentros interculturales, principalmente en Europa (Shulz von Thun, 1981/2012). A partir de los años ochenta sus planteamientos han tenido un impacto relativamente importante en escenarios de agencias comerciales y publicitarias; de trabajo social y pedagógico y de la cultura general de la convivencia.

Si bien no podríamos considerar a Shulz von Thun un autor necesariamente central o ineludible dentro de los territorios investigativos en el tema de la comunicación, en términos de justificación hemos considerado pertinente, y de algún modo necesaria, la recuperación, la revisión y la reinterpretación de sus planteamientos desde una sensibilidad foucaultiana de la psicología crítica porque, a la par de constituirse como un esquema teórico e interventivo en la psicología de la comunicación, presenta elementos (sutiles o claramente prescriptivos) que permiten dar cuenta

de la condición política que implica el propio modelo, por el involucramiento y la reactivación implícita del ámbito de las relaciones de poder en las interacciones verbales y por el establecimiento persuasivo de pautas psico-comunicativas que pretenden conducir a modos de funcionalidad, normalización deseable y, por lo tanto, efectos de armonización y control social de la convivencia interpersonal y colectiva. En este sentido, el modelo de comunicación analizado se convierte, tal como señala Giorgio Agamben (2015, pp. 23-24) en un *dispositivo* que, sin ostentarlo enfáticamente y más allá de la intención intelectual o académica manifiesta o consciente del propio Shulz von Thun, produce prescripciones de comportamiento verbal y de relación dirigidas a la adecuación, el funcionamiento eficiente y la búsqueda de sintonías y armonías interpersonales en la comunicación, que reproducen y reivindican, de hecho, según explica Michel Foucault (1990), las relaciones de poder dominantes en un momento dado, y omiten desde luego el cuestionamiento crítico de tales aspectos de la vida social.

Desarrollo: los elementos teóricos básicos de *El arte de conversar* de Shulz von Thun

Los fundamentos conceptuales del pensamiento de Shulz von Thun se inician con el análisis de lo que el propio autor denomina “la anatomía de la noticia”. La noticia es aquello que expresa el emisor en el proceso de comunicación y que al mismo tiempo el receptor procura decodificar. Toda noticia, en tanto expresión puesta en juego para el ejercicio comunicativo, “siempre contiene muchos mensajes simultáneos”, lo cual, constituye un “hecho básico de la vida que, como emisores o receptores, no podemos eludir” (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 31-32). Esta circunstancia es la razón principal por la cual el proceso de la comunicación interpersonal resulta “complicado y susceptible de distorsiones”. Así, en función de ordenar la multiplicidad de mensajes que implica una noticia o expresión cualquiera (asumida como centro o unidad del proceso comunicativo) Shulz von Thun propone distinguir en ella “cuatro aspectos psicológicos relevantes” que participan intervinculados, pero guardando su autonomía, en todo el entramado de la comunicación. Estos aspectos son los siguientes:

- 1) El contenido objetivo de la noticia, es decir, aquello sobre lo cual se informa algo en el momento de comunicarse.
- 2) La autoexposición o aquello que el emisor dice o informa de sí mismo mientras comparte una noticia o expresión.
- 3) La relación que se implica entre emisor y receptor al instante del intercambio comunicativo, es decir, lo que piensa uno del otro y la posición (psicológica, ideológica, sociopolítica) en la que se sitúan en el proceso.
- 4) La influencia o incitación eventual que se involucra entre emisor y receptor al instante de procesar la noticia.

De este modo, Schulz von Thun construye un modelo gráfico de la comunicación constituido literalmente por un cuadrado (colocado entre la figura del emisor y el receptor), en cuyo centro se ubica la noticia o expresión misma, y en cuyos cuatro lados se representan (uno por cada lado) los cuatro aspectos de la noticia como unidad de comunicación (Schulz von Thun, 1981/2012, pp. 32-37).

A partir de este modelo general, Schulz von Thun establece una serie de reflexiones y ejemplificaciones tanto de carácter exploratorio o diagnóstico, como de carácter prescriptivo, en torno a los procesos cotidianos de comunicación interpersonal en diferentes situaciones. Con afán pedagógico, llega incluso a proponer distintos ejercicios para examinar varias expresiones o noticias (imaginarias o reales) para que el lector las examine “bajo el prisma de la psicología de la comunicación” (Schulz von Thun, 1981/2012, pp. 38-39).

“El emisor [afirma Schulz von Thun] quiera o no quiera, siempre transmite por los cuatro lados de manera simultánea” (1981/2012, p. 38). Esto significa que toda noticia o expresión sobrelleva invariablemente varios mensajes de diversa índole, materializados en palabras, frases, discursos o textos completos, así como en elementos no verbales que se intercalan en el proceso comunicativo mismo. Aunado a lo anterior, los mensajes contenidos en la noticia o expresión pueden ser explícitos (“que se formula expresamente”) o implícitos (“que, aunque la noticia no lo diga de manera directa, sí lo contiene o da pie a pensar que lo lleva”) en cualquiera de los cuatro lados de dicha noticia o expresión. Contrariamente a

la opinión general que otorga centralidad a los mensajes explícitos, Schulz von Thun afirma que el “verdadero” mensaje central en la comunicación muchas veces se envía de forma implícita mediante canales no verbales tales como la entonación, los gestos, la mímica o la forma de pronunciar (Schulz von Thun, 1981/2012, pp. 40-41).

Al contener muchos elementos verbales y no verbales, la noticia puede calificarse de “congruente” o de “incongruente”. De este modo, una noticia “es congruente si todos los signos apuntan en una misma dirección, es decir, si están en sintonía”. En cambio, una noticia es incongruente cuando “los signos verbales y no verbales no concuerdan, sino que se contradicen” (Schulz von Thun, 1981/2012, p. 43). Pero, además, apoyándose en Jay Haley (1963), Schulz von Thun afirma que el emisor “comunica siempre, quiera o no quiera, en dos niveles simultáneos: el nivel de la comunicación propiamente dicha y el metanivel” (1981/2012, p. 43). Así, los mensajes pueden calificarse entre sí como congruentes o incongruentes, ya sea por el contexto mismo; por la manera de hacer la formulación; por la expresión corporal, mímica y gestos concomitantes; o por el propio tono de voz utilizado (Schulz von Thun, 1981/2012, pp. 44-45).

El autor enfatiza que, desde luego, las noticias incongruentes resultarán desconcertantes para el receptor, quien se ve de pronto en un dilema, lo cual tiene consecuencias aún más graves cuando se considera el aspecto de la influencia o incitación, porque las exigencias de actuación en las que el receptor se ve emplazado resultarán también contradictorias o confusas, por lo que toda la situación se ve “comprometida”. Estos “juegos de confusión” han sido estudiados por Watzlawick et al. (1969/2008) mediante el término de “doble vínculo” (*double-bind*) que además se han relacionado con el origen de comportamientos esquizofrénicos en el receptor, “sobre todo cuando el receptor está en situación de dependencia con el emisor, no puede eludir esta situación y no tiene capacidades metacomunicativas” (Schulz von Thun, 1981/2012, pp. 46-47), por ejemplo, el caso de niños en el ámbito familiar.

En todo caso, Schulz von Thun subraya también el papel del emisor en la producción de mensajes desconcertantes o incongruentes. En es-

te sentido, el autor señala que una noticia incongruente tiene “la ventaja” de no comprometer del todo al emisor con lo que dice, aunque el emisor no suele ser siempre consciente de esa comunicación de “doble fondo” y, de hecho, ocurre que muchas veces se manifiestan “deseos inconscientes e inconfesados” a través de canales no verbales. La incongruencia en la expresión puede ser explicada también porque “el emisor tiene ‘dos almas en el mismo pecho’ y no se aclara del todo consigo mismo”, es decir, las noticias incongruentes surgen por lo general “cuando el emisor se ve obligado a manifestarse, antes de haber concluido su proceso de *aclaración interna*” (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 47-48, cursivas del original).

Ante la pregunta sobre qué se puede hacer para deshacer ese tipo de “confusiones internas” en el emisor, el autor plantea en esencia que el receptor puede, debe, transmitir su desconcierto para dar la oportunidad al emisor de ubicar “aquello que le mueve por dentro” y lograr así “mayor claridad interna”. Y añade: “Es evidente que el emisor tiene que querer llegar a este autoconocimiento” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 49).

Otra reflexión importante de Shulz von Thun para mejorar la comunicación interpersonal se refiere al tema de la recepción de la noticia emitida. El autor plantea la necesidad/posibilidad de escuchar los mensajes mediante “cuatro oídos” diferentes: el oído del “contenido objetivo” de la expresión; el oído de la “autoexposición” que hace un diagnóstico inmediato de la persona del emisor; el oído de “la relación” implicada, que permite ubicar cómo se sitúa el emisor respecto al receptor y qué opinión tiene el emisor del receptor; y el oído de “la influencia” o “incitación” involucrada, que permite ubicar al receptor hacia dónde quiere llevarlo el emisor o qué emplazamiento de actuación o respuesta le está intentando imponer. Shulz von Thun señala que la conversación habrá de transcurrir por caminos muy diferentes según el “oído que anteponga el receptor en ese momento” (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 53-54).

En esta lógica, el receptor constantemente tiene que “elegir”, casi siempre de forma inconsciente, con qué oído procesa la noticia o expresión recibida, aunque esa circunstancia suele ser problemática para el adecuado fun-

cionamiento de la comunicación. Al respecto, Shulz von Thun explica:

La libertad que tiene el receptor de elegir el aspecto de la noticia al que reaccionar puede producir algunas distorsiones de la comunicación, por ejemplo, si reacciona a alguno de los aspectos en los que el emisor no estaba haciendo hincapié. O si el receptor sólo escucha principalmente con uno de los cuatro oídos y está sordo (o se hace el sordo) al resto de mensajes que también le están llegando. El equilibrio entre los cuatro oídos debería formar parte del equipamiento básico en psicología de la comunicación de cualquier receptor. En cada situación concreta habrá que decidir a qué lado o lados de la noticia reaccionar. (1981/2012, p. 56)

Adicionalmente, el autor describe diferentes “hábitos de recepción parcial” que desarrollan las personas con independencia de las exigencias de cada situación y que suelen llevar, según esta perspectiva, a diferentes formas de fracaso en la comunicación, dado que se involucran “errores” (en la recepción) provocados por distintas posibles “causas”, tales como una rígida “imagen propia” del receptor; una percepción o imagen inadecuada del receptor respecto al emisor; o la aparición de correlaciones o interferencias en los mensajes recibidos (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 75-80). En todo este proceso se implican procesos interpretativos en la recepción de la noticia que el autor examina con el apoyo de las ideas de Albert Ellis (1962) y su concepción racional-emotiva del papel de las creencias o convicciones “irracionales” en las reacciones emocionales del receptor (Shulz von Thun, 1981/2012, pp. 81-94). El análisis de la comunicación interpersonal conlleva también, desde luego, el análisis de las interacciones mismas que se producen en el proceso, lo cual permite a Shulz von Thun recuperar el enfoque de la teoría sistémica (Watzlawick et al., 1969/2008) para señalar que cualquier “trastorno” no reflejará “las características de un individuo” sino “un encuentro (comunicativo) sistemáticamente fallido con el otro” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 101).

Una vía de “solución” para la comunicación “patológica” y “distorsionada” se habrá de constituir, según Shulz von Thun, mediante la posibilidad de implementar la “metacomunicación explícita” en el ejercicio de la interlocución. El autor escribe: “Hablamos de una comunicación sobre la comunicación, es decir, una discusión sobre el tipo de trato que nos damos, sobre el sentido que queremos dar a la noticia enviada, y sobre cómo hemos des-

cifrado la noticia recibida y reaccionado a ella” (1981/2012, p. 105). Tal ejercicio no debe significar que emisor y receptor “tomen una distancia científica de lo que sucede” sino que sean capaces de convertir “el tipo de trato que se dan en el objeto de la conversación” y así “captar más conscientemente lo que nos sucede en nuestro interior y entre unos y otros”, porque una buena metacomunicación “primero exige tener una visión profunda de la propia vida interior y después tener valor para la autoexposición” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 106). Sin embargo, el propio autor señalará más adelante que, al final del proceso, “tampoco existe ninguna garantía de que en el nivel metacomunicativo no se vuelvan a cometer los mismos errores, con lo que el trastorno sólo experimenta un cambio de niveles” (1981/2012, p. 107).

Shulz von Thun realiza un análisis de algunos de los problemas psicológicos más destacados, según su perspectiva, de la comunicación interpersonal en relación con los cuatro aspectos o dimensiones de la noticia o expresión. En este sentido, el autor insiste en la revisión detallada de los ámbitos de la autoexposición; los problemas sobre la objetividad y la claridad; los problemas sobre la definición y la creación de la relación y los problemas sobre la incitación, la manipulación y la expresión de la voluntad (1981/2012, pp. 111-296). En cada uno de los aspectos analizados se retoman elementos exploratorios, descriptivos e interventivos de la relación comunicativa, al tiempo que apoya sus reflexiones y ejemplificaciones en otros autores y perspectivas pertenecientes a órbitas fundamentalmente neopsicoanalíticas (Alfred Adler), humanísticas (Carl Rogers; Ruth Cohn), gestálticas (Fritz Perls), sistémicas (Paul Watzlawick; Janet Beaven; Don Jackson; Jay Haley), cognitivo-conductuales (Albert Ellis) y transaccionales (Eric Berne), entre otras.

En referencia al aspecto de la autoexposición en la práctica comunicativa, Shulz von Thun destaca el problema del “miedo a la autoexposición” y de la autovaloración del individuo que se comunica. Resulta muy interesante que el autor reconoce la existencia de vectores sociales e institucionales dirigidos a exigir cada vez más rendimiento en cualquier ámbito de la vida, como por ejemplo en el territorio escolar o laboral, con lo cual, y a la fuerza “se convierten en un caldo de cultivo del

miedo a la autoexposición” porque entronizan y reproducen una cultura de “rivalidad” y competitividad en el sistema económico capitalista. El individuo desarrollará entonces procesos defensivos de autopresentación y autoocultación. No obstante, la salida que sugiere Shulz von Thun ante esta realidad sociopolítica, es la de emprender cambios psicológicos hacia una mayor protección e integración del sujeto a su realidad adversa, con lo cual, de hecho, plantea una *psicologización* de la situación social que describe y reflexiona acerca de lo que serían las “pautas de la psicología” para abordar esta problemática, pautas que en esencia promueven un giro hacia la *interioridad* personal en aras del “autoconocimiento”, la “congruencia o autenticidad” y la “sintonía” como formas de reintegración funcional al entorno.

En esta lógica, de hecho, el autor asume una plena confianza en procesos terapéuticos, de “aprendizaje” y de “autoestima” que reivindicquen una consciencia funcional y efectiva de la “realidad interior y exterior” del individuo que lo conduzca a mantener relaciones comunicativas y sociales aceptables. Así, por ejemplo, el autor escribe:

Lo que hace falta es un proceso terapéutico-existencial que lleve consigo un análisis de las dos grandes problemáticas: las circunstancias (sociales) alrededor de mí y las circunstancias (sociales) dentro de mí (...). En este sentido actúan los procesos terapéuticos que tratan de que el individuo se reconcilie consigo mismo, acepte sus zonas sombrías y reduzca su ideal de perfección, que hace que cualquier error o defecto le parezca una vergüenza humillante. (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 144)

Es decir que, en cualquier caso, la propuesta seguirá siendo la de atender en principio la posibilidad adaptativa de la transformación personal, “dando pequeños pasos” mediante unas u otras formas de intervención psicológica, incluyendo los “grupos de autoconsciencia” o los “seminarios de comunicación” que pueden llegar a convertirse “en escenario de auténticas discusiones existenciales” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 145).

En cuanto al “aspecto objetivo de la noticia” Shulz von Thun (1981/2012, pp. 151-182) subraya los problemas conversacionales del apego a los criterios objetivos y de la eventual falta de comprensibilidad. Para ello, propone estrategias de ejercitación comunicativa que, sin embargo, no deben eludir la integración

de las otras dimensiones de la noticia o expresión, en aras justamente de lograr mayor claridad en la comunicación. De modo similar Shulz von Thun examina el “aspecto relacional de la noticia” y sus posibles avatares, así como, por último, el “aspecto de la incitación de la noticia” y sus posibles problemáticas (1981/2012, pp. 185-296). Una constante en el pensamiento del autor es la de ofrecer tanto elementos de indagación como de acción interventiva desde la perspectiva (amplia) de la “psicología de la comunicación” para lograr, de una u otra manera, efectos de entendimiento, orientación, valoración, diagnóstico, análisis, cooperación, entrenamiento o manejo respecto a estos temas, tanto en eventuales profesionales de la psicología como en cualquier conjunto de lectores interesados en adentrarse en semejantes territorios.

Discusión: la condición política de las prescripciones conversacionales: revisión y crítica de preceptos de interlocución

El arte de conversar de Shulz von Thun se puede reinterpretar en términos de un aparato de intervención psicológica para el área de la comunicación interpersonal y de sus indicadores teórico-prácticos. El texto utiliza diversos conceptos y modelos psicológicos pertenecientes a determinada esfera teórica que proporciona a sus argumentos (y a sus propuestas) una estructura más sólida. Se trata en efecto de conceptos y técnicas pertenecientes a diferentes formas de psicoterapia u orientación (que tienden a converger en una sensibilidad de talante humanístico) y que se aplican en su libro como recursos y herramientas para articular un modelo de comunicación e interacción específico que inevitablemente traza líneas prescriptivas para el ejercicio práctico de la conversación y de los vínculos sociales.

Ante la pregunta: “¿Pero una vez entendidos los cuatro aspectos de la noticia, cómo se supone que tengo que hablar?” (Shulz von Thun, 1981/2012, p. 318), el autor abre un debate acerca del carácter prescriptivo del modelo y (sorprendentemente) responde: “En un primer acercamiento, el cuadrado de la comunicación *no* contiene una incitación a hablar de una determinada manera, *no* pretende propo-

ner o ejercitar un estilo concreto de conversación. Es un modelo analítico, no normativo” Y añade: “De hecho, es habitual que se produzca el malentendido de pensar que en el modelo hay un conjunto de formas óptimas de comunicar, o de reglas que deben seguirse” (1981/2012, p. 318-319). Sin embargo, unas líneas más adelante, ante la indagación sobre las pretensiones intrínsecas del modelo, Shulz von Thun define sin remilgos que “el modelo tiene dos funciones mucho más importantes: la función de *sensibilizar y formar la conciencia* y la de *ampliar el repertorio comunicativo*” (1981/2012, p. 319). Esto significa para el autor que es necesario “fomentar la *sensibilidad simultánea* hacia los cuatro niveles de la conversación” (1981/2012, p. 319) y ser consciente, al hablar y escuchar, de que se implican o articulan en todo momento, cuatro campos o dimensiones de la comunicación, en aras de sobrellevar una conversación mejor ubicada, más funcional de acuerdo a las necesidades específicas y/o, como señala el propio autor, tener una conversación con mayor “musicalidad”; es decir, con mayor “oído y más talento para entonar nuestras composiciones” (1981/2012, p. 320).

El autor niega incluso que de su modelo se derive una “recomendación general” o permanente para hacer explícitos los mensajes implícitos en las interacciones conversacionales y advierte que tal opción podría utilizarse solamente “en *caso de necesidad*, y según cuál sea mi objetivo y circunstancias”. Pero ser capaz de saber si uno se encuentra “en caso de necesidad” es algo que, según Shulz von Thun, puede lograrse mediante una “sensibilidad” que (desde luego) “se desarrolla interiorizando el modelo” (1981/2012, p. 321, cursivas del original).

Aunado a lo anterior, Shulz von Thun reconoce de hecho la pertinencia de un “ideal de comunicación”, el cual se relaciona según su pensamiento, con el asunto de la sintonía: “la sintonía significa comunicar acorde con el ser y la situación. Y el cuadrado de la comunicación nos recuerda que la sintonía es una cuestión cuatridimensional.” No obstante, puntualiza: “Pero lo que para uno significa *la sintonía* no se deduce del cuadrado de la comunicación, ya que requiere el estudio del contexto interior y exterior, del equipo interno y de la ‘verdad de la situación’” (1981/2012, p. 322, cursivas del original).

Lo anterior significa que Schulz von Thun pretende eludir la crítica del carácter “normativo” de su modelo señalando que dicho esquema no propone ninguna “forma correcta de comportarse” (en términos específicos), sino acaso constituye un modelo con el que se puede “conseguir mayor conciencia y sensibilización y con el que se pueden ampliar las opciones” en la comunicación interpersonal (1981/2012, p. 322). En este sentido inclusive, el autor subraya que otra de las funciones del modelo es precisamente la de lograr una “ampliación del repertorio comunicativo” y con ello, brindar una “ayuda” para “descubrir los objetivos que cada individuo debe desarrollar (...) porque la ampliación del repertorio de voces casi siempre afecta al interior de la persona, incluidos, por ejemplo, sus miedos” (Schulz von Thun, 1981/2012, pp. 322-323). Esto aplica también para el “repertorio de oídos”; así el autor explica: “El modelo de las cuatro voces y los cuatro oídos nos invita a descubrir las particularidades y limitaciones del estilo de comunicación que hemos heredado, al mismo tiempo que amplía nuestro margen de posibilidades de contacto con los demás” (1981/2012, p. 323).

Lo que Schulz von Thun está promoviendo con su modelo es que, según la “situación, la relación y el estado interno de los implicados” se logre que la convivencia (“entre jefes y compañeros de trabajo, entre padres e hijos y entre las parejas”) cambie de “actitud psicológica” y articule “un trato más cooperativo y valorativo”. De este modo, la psicología de la comunicación estaría cumpliendo la misión de “conectar la propia sinceridad con la posibilidad del otro de aceptarla” (1981/2012, p. 324). La condición normativa del modelo analizado se materializa entonces en el conjunto de “pautas para comunicar bien” que, proyectadas desde su esquema, el autor le reconoce a la “psicología de la comunicación” (Schulz von Thun, 1981/2012, pp. 329-336). En este contexto, el autor admite: “Sí, en el caso concreto de una persona en una situación determinada, siempre hay pautas para una comunicación positiva y *en sintonía*, proporcionadas por la psicología de la comunicación. Con el cuadrado de la comunicación se pueden analizar y esclarecer muy bien estas pautas” (1981/2012, pp. 329-330).

Entre las pautas a considerar encontramos la de: **a)** no transgredir “los preceptos del deco-

ro” (el autor deja sin explicar lo que esto puede significar en cada caso); **b)** comunicar claramente los sentimientos propios “en el aspecto relacional del cuadrado”; **c)** “superar el lenguaje del desprecio en beneficio de un mejor entendimiento mutuo”; **d)** buscar el “arte de la confrontación respetuosa”, es decir, promover, si fuera el caso, “una forma de discusión que se pueda soportar a nivel relacional, aun a pesar de las diferencias y aversiones”, o sea, “*enviar un mensaje relacional de respeto, cargando el peso de la confrontación en los otros tres lados de la noticia (contenido objetivo, automanifestación e incitación)*”; **e)** formular demandas de manera cortés en forma de petición; **f)** formular las incitaciones “en positivo” y asociarlas “a un mensaje relacional de respeto y tal vez empático”; y en general, **g)** sustituir en las conversaciones la “confrontación despectiva” por la “confrontación respetuosa” (Schulz von Thun, 1981/2012, pp. 330-334, cursivas del original). Que un hablante logre asumir e interiorizar estas “pautas para comunicar bien” puede constituir “un buen objetivo para desarrollar” porque si consigue “desarrollar lo suficiente las voces (y los enfoques asociados a ellas) (...) entonces gozará de una vida comunicativa mejor y de más éxito, lo que también significa una vida más satisfactoria” (Schulz von Thun, 1981/2012, p. 335).

Hacia el final de su texto, Schulz von Thun habrá de sugerir inclusive que el “cuadrado de la comunicación humana”, además de tener una “vigencia atemporal” (1981/2012, p. 297) con lo cual se revela el carácter esencialista de su pensamiento, puede involucrarse “con un aura de valores humanos” aun y cuando estos valores deban, según el autor, separarse del modelo analítico, pretensión que queda en entredicho precisamente porque en su planteamiento mismo el esquema vincula, en sentido general, los cuatro lados del cuadrado de la comunicación a valores muy precisos, a saber: “Contenido objetivo” con “claridad y verdad”; “Automanifestación” con “autenticidad y veracidad”; “Incitación” con “claridad y efectividad” y “Relación” con “respeto, valoración, tolerancia” (1981/2012, pp. 335-336).

El modelo de Schulz von Thun se constituye con claridad en lo que Agamben (2006, 2015, pp. 23-24) define como *dispositivo*:

Llamaré dispositivo literalmente a cualquier cosa que de algún modo tenga la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes. Por lo tanto, no sólo las prisiones, los manicomios, el Panóptico, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas, las medidas jurídicas, etc., cuya conexión con el poder de algún modo es evidente, sino también la pluma, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarrillo, la navegación, los ordenadores, los teléfonos móviles y —por qué no— el lenguaje mismo, que quizás es el más antiguo de los dispositivos, en el que miles y miles de años atrás un primate —probablemente sin darse cuenta de las consecuencias a las que se exponía— tuvo la inconsciencia de dejarse capturar.

En efecto, la vinculación entre el modelo comunicativo de Shulz von Thun con los aparatos interventivos de la psicología de la comunicación (y por lo tanto con el ámbito más o menos *invisible* de las relaciones de poder), queda patente cuando se formula el propósito de sensibilizar, formar conciencia, ampliar el repertorio comunicativo y promover formas y prácticas de interlocución colaborativa (materializadas en las “pautas para comunicar bien”), en tanto que, de esa manera, se promueve al unísono, implícita o explícitamente, una mayor y mejor funcionalidad y eficiencia en la realización de objetivos sociales o institucionales diversos para la convivencia productiva.

Recordemos con Foucault (1976/2005) que las relaciones de poder habrán de caracterizarse fundamentalmente por su dimensión productiva, tanto de realidades como de verdades, en virtud de establecer y articular las reglas a través de las cuales deberán distinguirse los criterios de adecuación, veracidad, utilización y proyección de unos u otros saberes y prácticas sociales. Las relaciones de poder, mediante diferentes redes organizativas de funcionamiento entre las que se pueden encontrar dispositivos de intervención psicológica como el que analizamos, dirigen sus esfuerzos a lograr una sujeción real y eficiente de los individuos en el momento en que las prescripciones normativas generales pasan a ser reinscritas, de forma espontánea, por el individuo desde sí mismo, con lo cual ese individuo “se convierte en el principio de su propio sometimiento” funcional y deviene sujeto *deseable* (Foucault, 1975/2005, p. 206). En el contexto de la perspectiva foucaultiana, hemos afirmado en otro trabajo que semejante conjunto de aparatos y dispositivos de organi-

zación y prescripción social, por naturalizados que estén, plantean un despliegue que:

Se dirige a normalizar (y corregir), estable y eficientemente, los comportamientos, valores y discursos de los individuos involucrados, es decir, a construir *sujetos normales*, lo cual significa *sujetos que desde sí y con un carácter activo, reproducen —por mediación también de intercambios verbales, diálogos y conversaciones— las normas y reglas específicas que el poder dispone para la consecución de la vida y la interacción social.* (García, 2011, p. 143, cursivas del original)

Es así que el “propósito” de la psicología de la comunicación y las propias “pautas” para comunicar “bien” que Shulz von Thun presenta en su reflexión pueden comprenderse ahora como saberes y prácticas co-extensivas a la producción sociopolítica de las relaciones de poder vigentes en unos u otros contextos institucionales de promoción y aplicación específica.

Aunado a lo anterior, el modelo analizado tal como hemos advertido, propende a instaurar procesos de *psicologización* como vía que permite evadir otros posibles procesos concientización y de transformación social y política del mundo en que se vive. Apelar a la “interioridad” personal, al “autoconocimiento”, la “congruencia”, la “autenticidad” o incluso la “sintonía” como ámbitos prioritarios en el trabajo de readaptación y articulación del individuo para con su contexto social e institucional y, reivindicar los procesos terapéutico-existenciales así como los mismos “seminarios de comunicación” como formas de reintegración funcional al entorno, no hacen sino confirmar que, tal como lo señalaba Foucault (1975/2005) el poder se ejerce simultáneamente a su propia *invisibilización* como sistema de poder, al tiempo que dispone una cada vez mayor *visibilización* de los individuos (psicológicos) sobre los que ese poder se ejerce. En otras palabras, será el individuo psicológico el que habrá de responsabilizarse (mediante maniobras de “desarrollo personal” y de buena comunicación) de sobrellevar sus condiciones de vida social, económica y política sin cuestionarlas a fondo y ser capaz de funcionar y hablar bien en el juego de las prescripciones institucionales que se le imponen. En todo caso, “cualquier conocimiento o saber expresado por un sujeto en el intercambio discursivo” (por ejemplo, en el ámbito de la comunicación interpersonal) remitirá “a un sujeto necesariamente transido,

atravesado, atrapado por uno u otro diagrama de poder” (García, 2011, p. 148).

En la presente discusión debe subrayarse que para Foucault (2001, p. 421-436) la comunicación constituye siempre una manera de actuar sobre otra persona o grupo de personas, aunque obviamente existan relaciones de fuerza que no pasen por entramados de comunicación interpersonal. Las relaciones de poder y de comunicación se interpenetran y toda relación comunicativa producirá efectos de poder. Tanto es así que existen múltiples sistemas regulados que entrelazan en conjunto relaciones de comunicación y de poder para generar o ajustar habilidades en los individuos y para implementar diversos controles formativos y de utilidad social, como en el caso de las instituciones educativas o de intervención psicológica.

Consideraciones finales

Un aspecto crucial del modelo que propone Schulz von Thun es que puede y, en cierto modo *debe* ser interiorizado por el sujeto en aras de formar una base sólida a partir de la cual, ese individuo —a propósito de la metáfora de la “musicalidad” en la comunicación— (1981/2012, p. 320) pueda *improvisar* y ser *auténtico* según la situación comunicativo-interpersonal que viva. En todo caso surgen las preguntas: ¿Qué tan auténtico puede ser alguien y cuánta capacidad de verdadera improvisación puede haber cuando una expresión comunicativa surge a raíz de un proceso de interiorización de un modelo que, tal como hemos visto, implica un principio prescriptivo respecto a la manera en que ha de comunicarse el sujeto con los demás? ¿Es éste un verdadero ejercicio de autenticidad y libertad? ¿Acaso éstas prácticas de talante interventivo no presentan un papel epistemológico, ético y político supeditado a determinadas estrategias de normalización y armonización social propias de los dispositivos del poder? (García y López, 2011) ¿Los psicólogos que las utilizan están conscientes de las implicaciones que conllevan? Si consideramos los argumentos y experiencias profesionales de Schulz von Thun y la expansión de las prácticas psicológico-interventivas en los diversos escenarios institucionales, podríamos pensar que, lamentablemente, muchos exponentes de la psicología no suelen ser conscientes de todos estos aspectos.

Es pertinente insistir en que las relaciones de poder, más allá de constituirse como ámbito represivo o de coacción, se erigen como un ámbito de producción y generación de realidades, saberes, discursos y verdades (Foucault, 1976/2005) que participan en todos los ámbitos de la vida social. Los preceptos de la comunicación de Schulz von Thun, como elementos instrumentales de las relaciones de poder, tienden a reproducir una y otra vez las características de una comunicación funcional, con lo cual se contribuye a la generación de ciertas realidades y modos determinados de expresión que buscan su instauración y permanencia como vectores *deseables* de interacción social. La eventual ruptura de tales vectores o cánones de comunicación interpersonal o, dicho de otro modo, el no seguimiento de estas prescripciones, implican automáticamente, de una u otra manera y en mayor o menor grado, la aparición de alguna *disfuncionalidad*, *inadecuación* o incluso, *patología*.

La proyección política del trabajo de Schulz von Thun se dirige entonces, con toda la sofisticación teórico-práctica que despliega, a promover procesos de normalización y eficacia funcional de la comunicación y de sus formas expresivas, y con esa propensión el modelo se establece claramente como un ejercicio de poder. Desde luego que, para la psicología de la comunicación, es valiosa la propuesta de Schulz von Thun de ver a la comunicación y sus procesos en el esquema práctico de un cuadrado, en donde cada lado es una modalidad comunicativa específica poseedora de características bien delimitadas. Es útil para la intervención, la clínica, el espacio académico, e incluso para la vida de los sujetos fuera del ámbito psicológico. Pero precisamente, las propiedades que involucra el modelo como un brazo de las relaciones de poder y como una teoría de sujeción comunicativa no deberían pasar inadvertidos ni constituirse acríticamente como saberes y/o actos académico-profesionales que se naturalizan en la vida de los sujetos (Ibáñez, 2001).

Referencias

- Agamben, Giorgio (2015). *¿Qué es un dispositivo?* Barcelona: Anagrama.
- Austin, John (1962). *How to do things with words*. Cambridge: Harvard University Press.

- Bateson, Gregory (1984). *Comunicación, la matriz social de la psiquiatría*. Barcelona: Paidós.
- Billig, Michael (1987). *Arguing and thinking: a rhetorical approach to social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Birdwhistell, Ray (1959). Contribution of linguistic-kinesic studies to the understanding of schizophrenia. En Alfred Auerback (Ed.), *Schizophrenia, an integrated approach* (pp. 99-123). New York: Ronald Press Company.
- Blumer, Herbert (1969). *Symbolic interaccionism: perspective and method*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Eco, Umberto (1997). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- Ellis, Albert (1962). *Reason and emotion in psychotherapy*. New York: Lyle Stuart.
- Foucault, Michel (1990). Omnes et singulatim: hacia una crítica de la "razón política". En Michel Foucault, *Tecnologías del yo y otros textos afines* (pp. 95-140). Barcelona: Paidós/ ICE-UAB.
- Foucault, Michel (2001). El sujeto y el poder. En B. Wallis (Ed.), *Arte después de la modernidad. Nuevos planteamientos en torno a la representación* (pp. 421-436). Madrid: Akal.
- Foucault, Michel (1975/2005). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Madrid: Siglo XXI.
- Foucault, Michel (1976/2005). *Historia de la sexualidad. 1. La voluntad de saber*. Madrid: Siglo XXI.
- García, Raúl (2011). La razón dialógica en el diagrama del poder: Una reflexión sobre la noción de dialogo desde el pensamiento de Michel Foucault. En Anastasio Ovejero y Júpiter Ramos (Coords.), *Psicología social crítica* (pp. 139-153). Madrid: Biblioteca Nueva.
- García, Raúl & López, Cristian (2011). Las prácticas interventivas del complejo psicológico, breve análisis crítico para el mundo de hoy. En María Luisa Lepe y Adriana Sánchez (Coords.), *Perspectivas críticas de la psicología* (pp. 23-41). México D. F.: Morevallado.
- Garfinkel, Harold (1967). *Studies in ethnomethodology*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Gergen, Kenneth (1996). *Realidades y relaciones, aproximaciones a la construcción social*. Barcelona: Paidós.
- Haley, Jay (1963). *Strategies of Psychotherapy*. New York: Grune & Stratton.
- Ibáñez, Tomás (2001). *Municiones para disidentes. Realidad- Verdad- Política*. Barcelona: Gedisa.
- Jakobson, Roman (1960). Linguistics and poetics. En Thomas Sebeok (Ed.), *Style in language* (pp. 350-377). Cambridge: M.I.T. Press.
- Jordan, Barry (1986). Textos, contextos y procesos sociales. *Estudios Semióticos*, 9, 37-58.
- Langer, Inghard; Shulz von Thun, Friedemann & Tausch, Reinhard (1981/2006) *Sich verständlich ausdrücken*. Munich: Ernst Reinhardt, Gmb & Co KG.
- Lasswell, Harold (1927). *Propaganda technique in world war I*. New York: Editorial.
- Maletzke, Gerhard (1976). *Psicología de la comunicación social*. Quito: Época.
- Mead, George Herbert (1934/1982) *Espíritu, persona y sociedad*. Barcelona: Paidós.
- Pinazo, Sacramento & Pastor, Yolanda (2006). *Modelos teóricos en el estudio de la comunicación*. En Yolanda Pastor Ruíz (Coord.), *Psicología social de la comunicación, aspectos básicos y aplicados* (pp. 19-43). Madrid: Pirámide.
- Potter, Jonathan & Wetherell, Margaret (1987). *Discourse and social psychology*. New York: Sage.
- Sapir, Edward (1929). The state of linguistic as a science. *Linguistic Society of America*, 5(4), 207-214. Recuperado de: http://pubman.mpdl.mpg.de/pubman/item/escidoc:2381144/component/escidoc:2381143/Sapir_1929b_Status_Linguistics.pdf
- Schramm, Wilbur (1954). *Process and effects of mass communication*. Chicago: Urbana.
- Schulz von Thun, Friedemann (1981/2012), *El arte de conversar*. Barcelona: Herder.
- Searle, John (1969) *Actos de habla: ensayo de filosofía del lenguaje*. Madrid: Cátedra.
- Shannon, Claude & Weaver, Warren (1949). *A mathematical theory of communication*. Utha: Urbana.
- Watzlawick, Paul; Beaven, Janet & Jackson, Don (1969/2008) *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.
- Whorf, Benjamin (1940). *Science and linguistics*. Cambridge: Technology Review.



ENRIQUE ARREOLA NÚÑEZ

Licenciado en Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

YESSICA PAOLA MORALES IBARRA

Licenciada en Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

RAÚL ERNESTO GARCÍA RODRÍGUEZ

Licenciado en Psicología y Máster en Psicología Clínica por la Universidad de La Habana. Máster en Iniciación a la Investigación en Psicología Social por la Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente, Doctor en Psicología Social por parte de esta última institución. Labora como Profesor Investigador en la Facultad de Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH). Autor del libro "El diálogo en descomposición"

DIRECCIÓN DE CONTACTO

enarnu94@hotmail.com; yesspaol.m.i@gmail.com; raulgarciar@gmail.com

FORMATO DE CITACIÓN

Arreola Núñez, Enrique; Paola Morales Ibarra, Yessica & García Rodríguez, Raúl Ernesto (2018). El arte de conversar de Schulz von Thun: la condición política de la comunicación. *Quaderns de Psicologia*, 20(3), 271-283. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1470>

HISTORIA EDITORIAL

Recibido: 27/07/2018

1ª Revisión: 17/08/2018

Aceptado: 24/08/2018