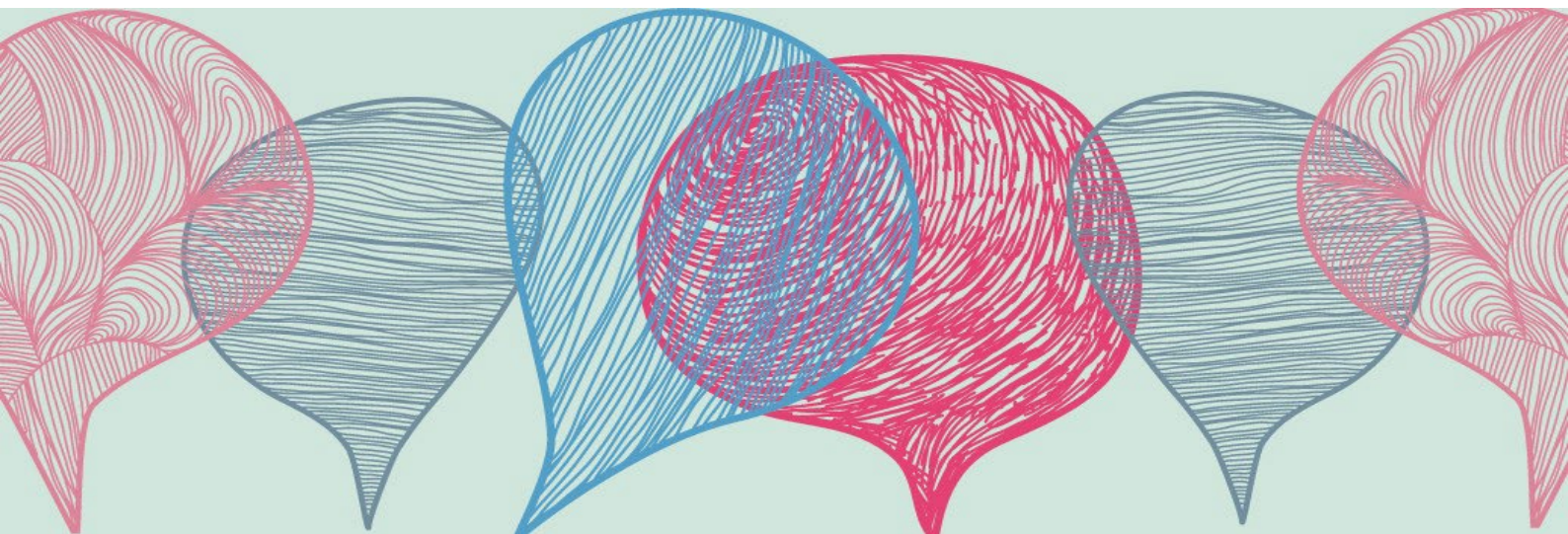


Comunicarse

Yolanda Alonso, Esteban Ezama y Yolanda Fontanil



Mientras escribíamos *No es como te han dicho*, el libro perdió un capítulo. Era una parte más difícil que el resto. Le dedicamos muchas horas, pero no conseguimos que nuestras lectoras de prueba pudiesen asimilarlo con el mismo esfuerzo que los otros, así que lo sacamos del libro con pena. No obstante, se nos ocurrió usarlo como material para discusión en cursos de formación para psicoterapeutas y ahí tuvo éxito. Nos dijeron que era ameno e instructivo, así que discurrimos cómo publicarlo sin desesperar o defraudar a lectores o lectoras no especializados. Le hemos pedido a la Editorial Herder que ponga nuestro capítulo fantasma a disposición de cualquier persona, de manera que pueda servir como “bonus track” para lectoras animosas de *No es cómo te han dicho* o como “single” para amantes del “heavy metal psicológico”, con la esperanza de que les incline a escuchar después las otras doscientas y pico páginas de pop robusto. Pues aquí va. No se va a encontrar con las canciones del verano, pero nos hemos esforzado mucho para que lo pueda bailar con agrado. Si termina haciéndosele demasiado fuerte déjelo, pero dele una oportunidad al libro. Y si le gusta, o le encanta, no dude en probar con los capítulos del libro. No son tan intensos, pero también le harán pensar.

Si algún día acude a un psicólogo o a un psiquiatra y le dice que «lo que pasa es que usted tiene que comunicarse con su hijo» dé por hecho que no tiene mucha idea sobre relaciones interpersonales. Seguro que usted ha comunicado muchas veces con su hijo¹, pero eso no garantiza que los problemas se resuelvan: una cosa es comunicarse y otra obtener buenos resultados comunicándose. Lo imagino llamando a la puerta de su habitación para intentar de nuevo enderezarlo, porque se encierra, no hace nada y tiene el cuarto como una pocilga. Golpea la puerta con los nudillos y grita «Iván, te aviso que llevas ahí tres horas y que no quiero entrar y encontrarme todo como siempre. Te quitaré la consola si no has ordenado tu habitación como te he dicho». Usted parece que quiere que Iván tenga la habitación ordenada, y probablemente quiera además que no sea porque usted se lo mande sino porque él se esté volviendo más responsable. ¿Cuántas cosas pueden fallar? Muchas. El proceso comunicativo es complejo. Para empezar, su hijo puede tener los cascos puestos y no oír su amenaza, o puede estar oyéndole, pero sin prestarle atención, enfrascado en el videojuego. Para seguir, los criterios de Iván para juzgar que la habitación está ordenada pueden no ser los mismos que los de usted. También es posible que Iván no sea tan hábil como usted piensa. Otra posibilidad es que Iván arregle la habitación perfectamente, tal y como usted, hombre maduro y responsable, haría, y encontrarse acto seguido con un chico vociferante a cinco centímetros de su nariz, gritándole acerca de la mierda de respeto que tiene usted por sus cosas, lo mucho que le desprecia, que no le quiere a usted y que no ha ordenado el cuarto para complacerle sino por no perder la consola, que es lo único bueno que tiene en la vida. Ha conseguido usted una habitación ordenada y un profundo malestar. Comunicar lo ha hecho, ha conseguido hacer saber a su hijo lo que quiere y ha conseguido que él lo haga, pero no ha conseguido una relación de colaboración con él.

¿Qué es comunicar?

La comunicación empieza cuando notamos algo que sabemos que proviene de un ser vivo. Es decir, que proviene de un sujeto capaz de percibir, prever, preferir y actuar, y además, de notarnos a su vez a nosotros. Si sabemos qué cambios prefiere ese ser vivo (que aparezca pienso en su comedero, que dejemos de aporrear la puerta, salir de paseo...), sabemos que puede prever esos cambios y que puede hacer algo para conseguirlos, ya podemos buscar la manera de influir en las cosas que hace. Ya tenemos la posibilidad de *comunicarle* algo. Si además sabemos que el ser vivo que tenemos delante también se da cuenta de que nosotros percibimos, prevemos, deseamos y somos capaces de actuar,

¹ A lo largo de este escrito se usan tanto el masculino como el femenino como genéricos. Por tanto, debe entenderse que “nosotras mismas” se refiere tanto a las personas de género masculino como a las de género femenino.

entramos de lleno en el mundo en que vivimos todos los individuos de las especies sociales: el de la comunicación, el mundo del *hacer saber* y del *hacer hacer* cosas a los demás.

Todos nos pasamos la vida generando sucesos que otros pueden percibir y que significan para ellos algo: no entres en mi territorio; esta comida es mía; acércate que estoy en celo; soy grande y peligroso; soy tóxico; yo estoy aquí, ¿dónde estás tú? (que según el etólogo Konrad Lorenz, si eres una cría de ganso gris, se dice «vivivivivi»²). Cualquier ser viviente agazapado en su agujero esperando a que pase otro para devorarlo está intentando *no* comunicar ese “estoy aquí”, que también es una forma de hacer algo significativo para el otro. A lo largo de la evolución, el mundo animal se ha valido de todo lo imaginable para hacer hacer a otros (o sea, para conseguir que otro haga algo que yo quiero que haga). Las danzas de las abejas, las vibraciones de las arañas sobre sus telas, la emisión de todo tipo de olores, el esparcimiento de heces, la exhibición de determinadas partes del cuerpo, las señales eléctricas, los ultrasonidos. Sin comunicación, sin procedimientos para cambiar las previsiones de otros (hacer saber) y, consecuentemente, sus actuaciones (hacer hacer), nada en el mundo biológico funcionaría. Especialmente en especies como la humana, cuyo engranaje se basa en la *cooperación*. De la comunicación depende la coordinación con los demás y la supervivencia en el sentido más estricto del término. Nuestro tejido social y psicológico está hecho de actos comunicativos, de acciones destinadas a que otras personas sepan o hagan cosas. La comunicación con interlocutores conocidos es la herramienta fundamental para sobrevivir. Según como nos vaya en ella nos irá la vida.

Una de las modalidades de comunicación humana, nuestro lenguaje articulado (el castellano, el inglés, el chino...), permite comunicar de una manera extraordinariamente precisa y rápida. Dado que a los humanos nos gusta vernos como los reyes de la naturaleza, nos refocilamos en la creencia de ser la única especie capaz de un lenguaje de este tipo. Ya desde siempre detestamos que nos aparten del centro de las cosas, pero, lo sentimos mucho, ni el sol gira alrededor de la tierra ni la especie humana es la cumbre de la evolución³. Y tampoco tenemos lenguaje articulado en exclusiva. Por ejemplo, los cercopitecos verdes (*Chlorocebus aethiops*), unos pequeños primates africanos, forman con sus sonidos algo parecido a frases, combinándolos de modos diferentes dependiendo del

² Lorenz, K. (1989). *Estoy aquí... ¿dónde estás tú? Etología del ganso gris*. Barcelona: Plaza & Janés. Lorenz describe en este libro sus observaciones del comportamiento y la lengua de estas anátidas y su relación estrecha con una de ellas, Martina, con quien lograba comunicarse exitosamente. Véase también del mismo autor *Hablaba con las bestias, los peces y los pájaros*, editado por Tusquets.

³ Por si usted aún pensaba así, le recomendamos encarecidamente la lectura de Stephen Jay Gould, un científico y divulgador muy apreciado que se pasó media vida intentando abrirnos los ojos a este error. Todas sus obras son deliciosamente amenas y clarividentes, pero sobre todo la lectura de *La vida maravillosa. Burgess Shale y la naturaleza de la historia* (publicada por Planeta) convence inmediatamente de que el ser humano es una pura casualidad.

significado que quieran transmitir. No sólo los primates, también muchas especies de aves combinan sonidos para formar mensajes elaborados, y desde luego los cetáceos. Ballenas y delfines utilizan sonidos encadenados que sin duda poseen una sintaxis propia, y que además pueden modificar en aras de un mejor entendimiento, como demuestran algunos experimentos con orcas que aprenden dialectos de delfines cuando comparten piscina⁴.

Quede dicho entonces que no somos los únicos, pero también hay que reconocer que lo hacemos muy bien. Nuestro lenguaje articulado parece ser el más complejo de los que se conocen, en consonancia con nuestro entramado social, al que el lenguaje sustenta. Y no solamente porque sin lenguaje articulado nos entenderíamos peor, sino porque la complejidad del lenguaje *permite* la complejidad de las interacciones sociales. Esto lo sabemos gracias precisamente a ciertos animales. En los años 60 se abrió una apasionante línea de investigación cuando los Gardner, un matrimonio de zoólogos, adoptaron a la chimpancé Washoe (1965-2007) y la adiestraron en el uso de un lenguaje de signos, el *American Sign Language*⁵. Washoe aprendió a utilizar y combinar más de trescientas palabras en este idioma, lo cual le permitía hacer peticiones o expresar sentimientos de forma bastante precisa. Desde entonces, la hipótesis de que los primates incrementan sus posibilidades de interrelación cuando aprenden a “hablar” se ha venido confirmando en investigaciones posteriores⁶. Todo parece indicar que la capacidad de representación abstracta que aporta el lenguaje articulado ayuda entre otras cosas a ponerse en el lugar del otro y a prever lo que ocurrirá en los intercambios comunicativos de forma más eficiente. Eso facilita enormemente algunas funciones sociales, como preguntar o pedir, y es casi indispensable para otras, como engañar o disimular. Los propios simios parlantes parecen apreciar estas posibilidades cualitativamente superiores, pues se ha comprobado también que tratan de enseñar el idioma a sus congéneres iletrados, espontáneamente y sin intervención de los humanos⁷.

El lenguaje es una herramienta psicológica y social extraordinariamente potente, y la comunicación una función humana y biológica ineludible. Deberíamos usarla lo mejor posible. A falta de otro manual de instrucciones, este capítulo pretende desvelar algunos entresijos de la comunicación que ayuden a sacarle mayor provecho.

⁴ Musser, W.B., Bowles, A.E., Grebner, D.M. & Crance, J.L. (2014). Differences in acoustic features of vocalizations produced by killer whales cross-socialized with bottlenose dolphins. *Journal of the Acoustical Society of America*, 136, 1990-2002.

⁵ Las lenguas de signos no son iguales, difieren entre sí tanto como las lenguas orales. Un español y un americano con deficiencias auditivas solo se entenderían en sus respectivas lenguas haciendo un gran esfuerzo.

⁶ Hillix, W. & Rumbaugh, D. (2004). *Animal bodies, human minds: Ape, dolphin, and parrot language skills*. Springer.

⁷ Fouts, R (1999). *Primos hermanos. Lo que me han enseñado los chimpancés acerca de la condición humana*. Barcelona, Ediciones B.

El lenguaje y otros signos

Dentro del complejo fenómeno de la comunicación, ese lenguaje con estructura de sílabas y oraciones, el que usamos al hablar y sobre todo al escribir, constituye una parte bastante pequeña. Importante, pero pequeña. Todos sabemos esto: el lenguaje no verbal es el encargado de transmitir una buena parte de la información. Pensemos en los mimos, expresan de todo sin decir ni mu. Todos lo hacemos, con nuestros gestos, muecas, entonación, incluso con la ropa que llevamos.

Para emitir mensajes, es decir, para hacer saber cosas y para hacer hacer cosas, no siempre son necesarias las palabras, pero también ocurre que las palabras rara vez van solas. Al hablar no somos una máquina de la cual van saliendo palabras encadenadas linealmente, como sale la cinta de papel perforado del telégrafo. Cuando hablamos somos más bien como uno de esos hombres orquesta cargados de instrumentos. Usamos simultáneamente diferentes lenguajes y siempre emitimos varios mensajes al mismo tiempo.

Un ejercicio sencillo nos ayudará a vernos en el interior de la orquesta en que nos convertimos al hablar. Imagínese que es el día de los inocentes: se gastan bromas entre amigos y los medios de comunicación tergiversan alguna noticia extravagante para que parezca real. Usted trabaja en un canal de televisión y presenta el noticiero del mediodía. Obviamente sabe cuál es la noticia fantasma, pero no debe notarse. Entonces se esforzará por mantener el mismo tono de voz, gesticulación de cara y brazos y postura ante la cámara, etcétera. Es posible que solamente ese esfuerzo actúe en la dirección contraria y le haga cambiar involuntariamente su voz o su compostura (recuerde: el cambio es inevitable)⁸, así que esa sola tarea, hacer *como si* la noticia fuera real, puede no resultar tan fácil. Sobre todo, no debe usted reírse, lo echaría todo a perder. Ahora imagínese que por alguna razón usted desea que los televidentes sí detecten la noticia falsa. Supongamos que ha apostado con su hijo de diez años a que no va a ser capaz de pillarla, y usted, como buena madre, quiere dejarlo ganar. Entonces tiene que marcar la noticia, pero no de forma evidente (es decir, no se vale guiñar un ojo o mantener los dedos cruzados) sino de una forma imaginativa y sutil pero que no pase desapercibida para su atento hijo. ¿Cómo podría hacerlo? Tendría que introducir algún elemento diferente a lo habitual. Quizá un deje al final de una frase, un encogimiento casi imperceptible de hombros, la elevación de una ceja. Hablar más deprisa o más lento, más agudo o más grave de lo habitual. Erguirse más. Abrir mucho los ojos. Hay un montón de posibilidades y todas pueden hacer saber cosas.

⁸ Ver capítulo 1 de *No es como te han dicho*.

Nuestra metáfora del hombre orquesta tiene un pequeño fallo, porque los hombres orquesta no parecen especializados en tocar juntos, y en la comunicación la gente siempre hace su música en compañía, así que las conversaciones cara a cara consisten más bien en duetos, tercetos, cuartetos, o más, de hombres orquesta. Las participantes en una conversación *siempre* están tocando algún instrumento, siempre están diciendo algo, pero algunos instrumentos no pueden sonar sin estropear la melodía de quien está en uso de la palabra. En particular en el lenguaje hablado, las cosas se dicen por turnos. Hay que esperar a que la interlocutora deje de hablar si no se quiere obstaculizar su intento de hacernos saber o hacernos hacer (por ejemplo, hacernos decir) algo. En cambio, el lenguaje no verbal, salvo excepciones, puede ser simultáneo. Con las expresiones faciales estáticas o cambiantes, las posiciones de piernas y tronco, casi todos los movimientos de brazos y manos, la vestimenta, el maquillaje, el perfume y el acicalamiento en general, la posición y la distancia entre los cuerpos, decimos cosas importantes sin ocupar el turno de palabra. Cualquiera de esos elementos es un signo comunicativo, igual que lo es una palabra, hablada o escrita, una señal de tráfico, una bofetada o un cartel de “se alquila”.

Pragmática

La *semiótica* es la disciplina que se ocupa del estudio de los signos, y comprende un gran abanico de fenómenos dignos de interés, ya que el concepto de *signo* es tremendamente amplio. Dentro de la semiótica, la *lingüística* es un campo más restringido, se limita a los signos que constituyen la lengua. La lingüística se puede también subdividir. Es posible estudiar las relaciones de los signos entre sí; la disciplina que estudia esto es la *sintáctica*, que tantos sinsabores acarrea a los estudiantes de idiomas extranjeros. También se puede estudiar la relación de los signos con sus significados; entonces tenemos la *semántica*, la ciencia que estudia qué quieren decir las palabras, y de la que hacemos uso cuando consultamos diccionarios. O también podemos estudiar, y esto es lo que nos interesa, *la relación entre los signos y la situación comunicativa en la que son utilizados*. Es lo que llamamos *pragmática* de la comunicación⁹. La pragmática se interesa en cómo y para qué hablamos.

Cuando nos comunicamos por escrito, el lenguaje es muy diferente a cuando lo hacemos de forma oral, entre otras cosas porque nos quedamos prácticamente sin contexto comunicativo, que queda limitado al papel (o a la pantalla), lo cual equivale a quitarle a la orquesta todos los instrumentos menos uno. Se pierden el tono, la velocidad, el timbre, los suspiros, todo aquello que se puede “oír” acompañando a la voz. También perdemos la expresión facial, los gestos, el aspecto y la postura. Como

⁹ Morris, Ch. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Paidós.

falta todo eso, quien escribe un libro, un informe o un mensaje de texto tiene que introducir ciertas marcas de retórica o de humor o de poesía que serían innecesarias al hablar, pues en el lenguaje hablado esa información puede ir implícita en los aspectos que rodean a las palabras. Quedarnos sin contexto es un problemón. En la escritura de lápiz y papel aún queda un pequeño margen en el que introducir complementos: el estilo de letra dice muchas cosas, los borrones o la inclinación..., pero en la comunicación impresa o en las conversaciones por medios telemáticos las palabras se quedan desnudas y tiritando. Tan importante es el contexto no verbal que intentamos contrarrestar esta carencia echando mano de los “emoticonos”. Casi todos los malentendidos que ocurren en los mensajes de texto, que como usted y yo sabemos son muchos, se deben a la ausencia de contexto, y no a la deficiente sintaxis o semántica. Eso es la pragmática. Si usted se encuentra en una reunión de personas cuyo idioma no domina (es decir, su sintaxis y su semántica son limitadas) y no quiere que se note, la pragmática será su salvación. El correcto uso de la entonación, saber elegir el tema o la oportunidad, armonizar con las emociones de los demás, la observancia de las costumbres locales, la coordinación en la ocupación del canal, la regulación de las posturas y de la distancia... todo eso importa mucho más que las palabras.

Como vemos, la importancia de la pragmática no atañe solo a los lingüistas, sino que es un asunto cotidiano de primer orden —por cierto, en estrecha relación con lo que solemos llamar *cortesía*. A pesar de esto, la pragmática está bastante poco valorada en la enseñanza de las lenguas. Los profesores de idiomas nos aturullan con las reglas de la correcta sucesión de las palabras, que previamente debemos haber extraído de un más o menos abundante vocabulario, y cómo pronunciar todo ello de forma inteligible, pero nos enseñan muy poca o ninguna pragmática, cuando el éxito de la comunicación le debe bastante más a ella que a cualquier otro aspecto del lenguaje. Una buena pragmática significa comprender los intereses y necesidades de nuestro interlocutor, o saber cuándo hay que hablar y cuándo callarse. En gran parte se trata de un saber intuitivo y automático, aunque puede tener matices culturales muy marcados, de ahí que unas nociones de la pragmática del idioma del país al que vamos pueden evitar colosales meteduras de pata. Si queremos entendernos y que la comunicación fluya, es más fácil acertar teniendo en consideración las señales que informan de cómo se siente el otro o a través de la adecuación del tono, distancia o postura. Si nos regimos únicamente por lo que se expresa con palabras andaremos más perdidas, sin ninguna duda.

Señales y metaseñales

Hay un libro sobre pragmática de la comunicación que es imprescindible en la historia de la psicología del nosotros: *Teoría de la comunicación humana*¹⁰. En él se propone un axioma que dice que los diferentes lenguajes que usamos (los diferentes instrumentos del hombre orquesta) guardan entre sí una relación jerárquica, y que lo que se dice con los lenguajes no verbales influye más que la parte verbal. Veamos esto. Como señalábamos hace un momento, el objetivo de los emoticonos no solamente es adornar el discurso, sino sobre todo evitar malentendidos. A falta del gesto o de la entonación, los mensajes que se intercambian por medios telemáticos son necesariamente ambiguos. Una broma puede entenderse como una aseveración y un calificativo cariñoso como un insulto. Ponga atención a esto y escriba siempre el onomatopéyico “jejeje” cuando una frase no sea completamente seria. Hay algunos signos que pueden darle la vuelta al significado de un discurso entero. Las locuciones «eres una cotilla» y «eres una cotilla, jejeje» quieren decir cosas muy diferentes. O no. La cuestión es que en el primer caso no podemos estar seguros, mientras que en el segundo sí. Lo que nos ayuda a entenderlo es precisamente el “jejeje”, por eso está por encima en la jerarquía, lo necesitamos para entender lo otro, pero no al revés. Bateson¹¹ llamó a esto *metacomunicación*¹², es decir, *comunicación sobre la comunicación*. Yo ahora mismo, la escritora de este párrafo, estoy comunicándome con mis lectores, pero si introduzco un párrafo a continuación donde justifico estar utilizando un determinado estilo literario o explico que a partir del capítulo siguiente voy a escribir en inglés, estaré metacomunicándome con mis lectores, es decir, comunicando sobre cómo me comunico. El apartado del final de este capítulo, donde informamos del significado de algunos términos, es metacomunicación.

Gracias a las investigaciones en pragmática sabemos que los signos que utilizamos para comunicarnos no tienen el mismo valor. «Eres una cotilla» y «jejeje» corresponden a tipos lógicos diferentes. Bateson llegó a esta idea observando interacciones entre animales no humanos. Los cachorros de cualquier mamífero depredador juegan al pilla-pilla: se persiguen, se atrapan, se muerden. Hacen “como si cazaran”, no va en serio, están jugando. El juego solo es posible porque los participantes tienen la posibilidad de distinguir esos diferentes niveles de comunicación y la capacidad

¹⁰ Watzlawick, P., Beavin, J.H. y Jackson, D.D. (1985). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder. *Pragmatics of human communication*, título original de la obra publicada por primera vez en 1967, fue escrito por algunos de los miembros fundadores del *Mental Research Institute* (MRI) y sigue siendo una referencia imprescindible, no porque ofrezca respuestas inmejorables sino porque plantea problemas ineludibles.

¹¹ Gregory Bateson fue un antropólogo, zoólogo y lingüista con una enorme influencia en la psicología del nosotros. Véase el capítulo 1 de *No es como te han dicho*.

¹² Bateson, G. (1972). *Pasos hacia una ecología de la mente*. Buenos Aires: Lohlé-Lumen.

de utilizarlos en los momentos precisos. De lo contrario no sería posible saber si un placaje o un zarpazo son elementos del juego, y por ende “de mentira”, o si constituyen verdaderas provocaciones que pondrían en riesgo la integridad. Estos elementos metacomunicativos pueden ser de lo más variado y constituyen todo un código compartido por la comunidad de hablantes/jugadores. El gesto que usaría para señalar la noticia falsa en el telediario correspondería a este orden. Un pestañeo puede calificar de falso todo lo demás.

No hace falta decir que, para lograr una comunicación saludable, el uso de las marcas metacomunicativas debe ser lo menos ambiguo posible. Seguramente usted tiene algún conocido con el que a veces es difícil saber si está bromeando o no, y estará de acuerdo con nosotros en lo incómodo que esto puede resultar. Pues imagínese que siempre fuera así. Para los demás sería imposible discernir cuándo están jugando y cuándo les van a atravesar la yugular, por poner un ejemplo extremo.

Entender es adivinar

Solemos pensar en la comunicación como en un servicio de paquetería: metemos una idea (un objeto) en unas frases (un paquete) y las pronunciamos o las escribimos como quien lleva el paquete a correos. Cuando las palabras llegan a la destinataria, esta solo tiene que descifrarlas (desempaquetarlas) para extraer la idea. El empaquetado y el desempaquetado requieren una alta capacitación, consistente en el dominio de la gramática y el vocabulario del idioma, pero ya sabemos que no solo eso. Para *entender*, la sintaxis y la semántica no bastan¹³ por una sencilla razón: los mensajes no se descifran, se *interpretan*. Entender es en buena parte inferir o, dicho con palabras más corrientes, adivinar con pistas. Todo mensaje es una adivinanza y la manera de saber si has acertado es hablar con quién lo emitió, pero esto nos lleva en espiral: como no hay mensaje que no sea una adivinanza, las comprobaciones solo se pueden hacer poniendo adivinanzas más fáciles. No hay forma de evitarlo. Quien nos lea y nos esté adivinando sin problemas, podrá recordar esa experiencia desasosegante de empezar una conversación con el propósito de aclarar las cosas y descubrir que todo se va liando hasta terminar en una situación más confusa que al principio. Lo que ocurre en este caso es que las adivinanzas se van enmarañando y haciendo más difíciles.

En cualquier intercambio comunicativo, en cualquier intento de una persona de hacer saber o hacer hacer algo a otra, hay que contar con este riesgo de malentendidos. La comunicación se produce siempre “atando cabos” y siempre hay algún cabo suelto y poca garantía de haberlos enlazado bien: ni

¹³ Grice, P.H. (1975). Logic and conversation, en Grice, Paul (1989), *Studies in the Way of Words*, Harvard University Press, 22-40 (p.516).

a la hora de invitar a que alguien haga algo para nosotros ni a la hora de hacer lo que nos parece que alguien desea que hagamos. De manera que será sumamente útil asumir que en una interacción comunicativa no hay significados correctos sino significados *probables*, que el éxito de una acción comunicativa depende antes que nada de la interpretación del destinatario y que guiar esa interpretación de manera eficaz es una habilidad fundamental en las relaciones interpersonales.

Los propósitos de la comunicación

Una acción comunicativa está hecha con al menos dos tramos de acciones: uno producido por *el destinador* del mensaje (la persona que intenta hacer que otra persona haga algo) y otro producido por *el destinatario* (la persona que el destinador señala para que emita una respuesta). Esos dos tramos de acciones están ensamblados en torno a un resultado esperado por parte del destinador, puesto que todo mensaje conlleva una petición o un llamamiento a que el otro haga algo. Todo mensaje, aunque no sea una orden ni una pregunta, contiene siempre una solicitud para el otro, todos tienen como objetivo influir de algún modo en el interlocutor, de las formas más diversas. Estas *solicitudes de asistencia* por parte del destinador pueden ser de cuatro tipos, en función de qué es lo que espera de la respuesta del otro: (1) solicitudes destinadas a que el interlocutor *guíe las acciones* de uno («¿Qué es lo que tengo que hacer?», «¿Cómo encajo el bombín en la rueda de la bicicleta para hincharla?»); (2) solicitudes destinadas a que el interlocutor *guíe los juicios* o las opiniones de uno («¿Qué piensas de esto?» «¿Cómo puede ser que María y Juan no me hayan invitado a su boda?»); (3) solicitudes destinadas a que el interlocutor *siga las guías para la acción* que uno le da («Ábreme la puerta, por favor»); y finalmente —y esta es la clase de solicitud de este propio texto, o de cualquier libro que transmita conocimientos— (4) las destinadas a que el interlocutor *siga las guías para juzgar*, pensar u opinar que uno le da (por ejemplo, «Las acciones comunicativas tienen un aspecto de solicitud de asistencia y otro de solicitud de legitimación» o «Vamos a terminar entre todos con el virus, ya verás»)¹⁴.

Muy a menudo, los intentos de guiar la acción del interlocutor se atenúan y se presentan de forma más cortés, formulándose como si fuesen otro tipo de solicitudes: «Creo que a la sopa le falta sal» en vez de «pásame la sal», «dónde está la plancha» en vez de «plánchame la camisa», «¿la sal qué se echa, antes o después de freír el filete?» en vez de «quiero que me hagas un filete para la cena».

¹⁴ Estas funciones de guía para la acción y guía para el juicio revisten gran importancia en las relaciones, y se tratan con exhaustividad en el capítulo 5 de *No es como te han dicho*.

Con ello lo que se busca es *preservar la reputación de los interlocutores*¹⁵. Intentamos no poner en peligro ni la imagen que el interlocutor va a tener de nosotros ni la imagen que él va a creer que tenemos de él. En las acciones comunicativas todo el tiempo nos guiamos por esas dos cosas: la imagen que tenemos de las otras personas y la reputación que consideramos tener para ellas. Cuanto más acertadas sean esas imágenes, más fácil será conseguir que las acciones comunicativas cumplan su fin: hacer que el otro sepa y haga las cosas que necesitamos. En eso consiste conocerse mutuamente, y es un propósito fundamental de las relaciones.

El psicólogo alemán Friedemann Schulz von Thun trata muy bien esta cuestión en su obra *El arte de conversar*¹⁶, subrayando que cualquier cosa que decimos *siempre* dice algo de nosotros, ya sea de forma evidente o subliminal. Digamos lo que digamos, ineludiblemente estamos retratándonos de algún modo. Esta auto-declaración puede ser verbal, como por ejemplo cuando un conferenciante dice al comienzo de su intervención quién es y cuál es su currículum. Pero lo habitual es que la auto-declaración no sea explícita sino implícita, que, en vez de decir qué tenemos, qué nos gusta y qué estamos dispuestos a hacer, lo *mostremos*. Que nos “pintemos” o nos “retratemos” con nuestra forma de actuar, de hablar, de vestir y de acicalarnos. Las atribuciones que nos hacen nuestras interlocutoras tienen consecuencias prácticas y por esa razón nos preocupamos tanto por lo que puedan pensar o decir de nosotras.

Emociones

Las emociones tienen un papel muy importante en las auto-declaraciones, sobre todo para hacer saber lo que nos gusta o disgusta (información de importancia básica en la vida) y lo que nos “sale” hacer (o lo que estamos dispuestos a hacer). Las emociones están también interviniendo en los peores malentendidos y en los más enconados conflictos. Para adentrarnos en el mundo emocional, acudamos a lo que nos enseña la pragmática: el lenguaje escrito, o el verbal despojado de entonaciones, gestos o expresión corporal puede ser muy eficaz para transmitir conceptos o datos, pero resulta muy torpe cuando queremos manifestar amor, compasión, solidaridad, desasosiego o humor. Hay cosas que no son fáciles de expresar con las palabras desnudas. De esto saben mucho actores y actrices, cuyo trabajo consiste muchas veces en transmitir emociones. Y se entrenan además para ello. ¿Cómo hacen para llorar cuando el guion lo exige? Al margen de trucos como el de la cebolla, antes de Constantin Stanislavsky, autor del método de interpretación que lleva su nombre, la actuación teatral se basaba en

¹⁵ En el capítulo 1 de *No es como te han dicho*, que lleva como título *Ubuntu*, podrá encontrar una extensa definición de lo que entendemos por *reputación*.

¹⁶ Schulz von Thun, F. (2012). *El arte de conversar*. Barcelona: Herder.

la grandilocuencia y en la declamación pomposa. O sea, en hacer “como si sintiesen” y decirlo muy alto. En una conversación normal lo llamaríamos lágrimas de cocodrilo. Stanislavsky ideó un sistema que permite resultar más convincentes. Consiste en ayudar al actor usar sus recuerdos para revivir sentimientos similares a los del personaje. En este proceso de recrear emociones y expresarlas se da un fenómeno curioso y revelador, y es que el mero proceso de recordar un determinado acontecimiento no es suficiente para conseguir que su carga afectiva sea advertida por una observadora externa. Cuando sale de nosotros una expresión reconocible para los demás es cuando, además de recordar aquello que nos afectó, *lo contamos*. Puede usted hacer este experimento con un grupo de amigas, es un ejercicio que solemos proponer a psicoterapeutas. Dígales que piensen en algún hecho acaecido que haya tenido impacto emocional: tristeza, nerviosismo, miedo, alegría, lo que sea, sin decir de qué se trata. El juego consiste en que las demás adivinen qué emoción corresponde a la escena que se está reviviendo. Después hay que volver a intentarlo cuando, además de rememorar el suceso, éste se está relatando en voz alta (para eso hay que grabarlo en vídeo y quitar el sonido). Vamos a adelantar el resultado del juego: será mucho más fácil la segunda vez. Las emociones no se expresan necesariamente cuando las estamos sintiendo, sino *mientras se están compartiendo con otros*. Lo cual nos lleva a una conclusión que encaja completamente en la línea de este libro: por muy propias que sean, las emociones también son un asunto *interpersonal*. No están ahí para hacernos felices o desgraciados, sino para coordinar nuestras acciones con los demás.¹⁷

Las razones para intentar ocultarlas en vez de expresarlas son las mismas por las que, ante un profesor presuntuoso o un funcionario déspota, es preferible callar en lugar de decir lo que nos apetecería. Sentimos y expresamos emociones para algo, y puede ser importante no hacerlo. Así que, si alguien le recomienda que exprese sus emociones, pregunte ante quién y con qué fin¹⁸. En psicología clínica hay muy pocas instrucciones válidas para cualquier eventualidad. Pocas recomendaciones del estilo de “si es un aparato eléctrico no lo meta en el agua”. Si ya se le han venido a la mente una o dos excepciones para lo de los aparatos eléctricos, hágase una idea. En psicología nos atreveríamos a dar sólo una instrucción general: si ha intentado cien veces conseguir algo con determinada estrategia y la situación tiende a empeorar en vez de mejorar, no la repita. Haga algo distinto. Pero en el caso de las emociones esa instrucción no se puede aplicar. Los sentimientos no son estrategias sino tendencias o *disposiciones para usar estrategias* de cierto tipo¹⁹. Así que si intenta *no* estar enfadado es muy

¹⁷ Eckman, P. (2005). *Cómo detectar mentiras*. Barcelona: Paidós.

¹⁸ Esto se explica en el capítulo 2 de *No es como te han dicho*, dedicado a las relaciones afectivas.

¹⁹ *No es como te han dicho*, capítulo 6: *Parejas*.

probable que no lo consiga, y si intenta que su compañero cambie su expresión facial diciéndole «no estás enfadado», lo más probable es que consiga lo contrario. Haga la prueba. También puede experimentar con «¡no estás triste!», «¡alégrate!» y «¡diviértete!». Pruebe también a decirse a sí mismo «¡enfádate!» cuando se sienta usted enfadado, es posible que encuentre algo interesante.

Compromisos

Las acciones comunicativas se sustentan sobre la base del conocimiento mutuo que va cambiando con la experiencia, lo que hemos venido llamando reputación. Una parte de la reputación tiene que ver con los *compromisos*: las expectativas de futuro respecto a aquellas cosas que están permitidas y las que no, y respecto a las obligaciones mutuas²⁰. Los compromisos se visibilizan en forma de *permisos*, *prohibiciones* y *obligaciones*, que se están negociando en las relaciones de continuo, y no nos referimos solamente a las materno-filiales. El tono en que nos contestan cuando preguntamos la hora nos otorga o no permiso para volver a hacerlo. La mayoría de las peticiones puntuales apuntan a obligaciones futuras («abre la ventana después de ducharte» o «avísame en cuanto aterrices»). Todas las relaciones se articulan en torno a compromisos, implícitos o explícitos, más rígidos o más dinámicos, más claros o más confusos, y su cumplimiento o incumplimiento contribuye a nuestra reputación.

Las tareas de la comunicación

Recapitulemos: para tener éxito en una acción comunicativa usamos al mismo tiempo varios canales (el hombre orquesta) y signos de diferente valor (unos sirven de clave para interpretar los otros) con *cinco* funciones diferentes: obtener una *reputación* (que nos atribuyan unos conocimientos, deseos y cualidades), obtener *asistencia* (que el interlocutor actúe o piense de determinada manera), obtener *legitimación* (*aprobación* para lo que decimos o hacemos), obtener *valoración* (que nos consideren dignos de *aprecio*) y obtener *compromisos* (permisos, prohibiciones y obligaciones para el futuro). Para conseguirlo son imprescindibles *cuatro* cosas más: poder *hacerse notar* (conseguir la presencia o, dicho de otro modo, la *disponibilidad* del otro), hacerse *identificar* (darse a conocer o a reconocer), conseguir *atención* (conseguir que el otro repare en nosotros) y conseguir *comprensión* (hacerse entender). Un requisito básico para todo ello es acertar con las capacidades, conocimientos, deseos y cualidades que tiene la destinataria (tener una *imagen* acertada de ella), y acertar también con la imagen que ella tiene nosotras, o sea, con la reputación que hasta el momento nos hemos ido labrando. Cuando

²⁰ Le remitimos otra vez, sin ánimo de ser insistentes, al capítulo 1 de *No es como te han dicho*, donde se describe extensamente este concepto.

se examina con detalle lo que ocurre en una interacción, resulta que las acciones comunicativas son mucho más complejas de lo que parece a primera vista. Por eso muchas veces mientras hablamos con alguien tenemos la sensación de que algo no va bien sin saber exactamente el qué.

Analizar todo esto en una interacción comunicativa simple («Disculpe, ¿tiene hora?» «Sí, son las tres») sería interesante y entretenido, pero la comunicación rara vez es así. En una interacción sostenida, esto es, en las *relaciones*, cada aportación a la comunicación es una pieza en una cadena que ha empezado antes (quizá mucho antes) y que no terminará cuando los participantes acaben de hablar. Una característica fundamental de las acciones comunicativas, recogida también como axioma en *Teoría de la comunicación humana*, es que se producen en secuencias, y que cada elemento de la secuencia tiene simultáneamente dos funciones: una consiste en promover una respuesta en el interlocutor (en adelante la llamaremos función de *propuesta*) y la otra es la reacción a la acción comunicativa inmediatamente anterior (la llamaremos función de *respuesta*). Veamos un ejemplo:

- Creo que hace un día horroroso.
- Bueno, no es para tanto.
- ¿Cómo que no es para tanto? ¡Si ha granizado cuatro veces por lo menos!
- Pero de vez en cuando se ve la luz del sol y está precioso.

En este diálogo, «Bueno, no es para tanto» funciona como *propuesta* (que se admita que el día no es tan desagradable) y también como *respuesta* (se rechaza la validez de la afirmación de que el día es horroroso). Y así sucesivamente.

Los esfuerzos de la colaboración

Como cualquier proceso psicológico, la comunicación supone esfuerzos y costes. La mera recepción de mensajes es ya un esfuerzo, que se puede eludir poniéndose unos auriculares a todo volumen, por ejemplo. Para simbolizar a esos costes, en la Figura 1 hemos representado un acto comunicativo como una escalinata que hay que subir. Cada escalón corresponde a una de las tareas que deben realizarse satisfactoriamente para el éxito final de la acción comunicativa. La imagen de la escalera permite también entender que algunas tareas están vinculadas entre sí: no es posible realizar de forma satisfactoria la tarea de atender si no se ha podido realizar la recepción, la de comprender si la atención ha fallado, la del aprecio si no ha habido identificación, la de asistir si no se ha comprendido bien. Y lo mismo ocurre con la legitimación: la aprobación (o desaprobación) de la propuesta por parte del destinatario depende también de que la haya comprendido. Ahora fíjese en la división de la escalera en dos trayectos separados, a derecha e izquierda. Los peldaños están desplazados entre sí, de manera que sería posible recorrerla al completo usando cada pie alternativamente para los peldaños de cada trayecto. Pero también es posible limitarse a uno solo de los itinerarios: subir hasta el compromiso a través solamente de la identificación y del aprecio, por ejemplo, o pasar por la legitimación sin prestar asistencia (que, como ve, también están ligeramente separados). Esto se verá más claramente en la

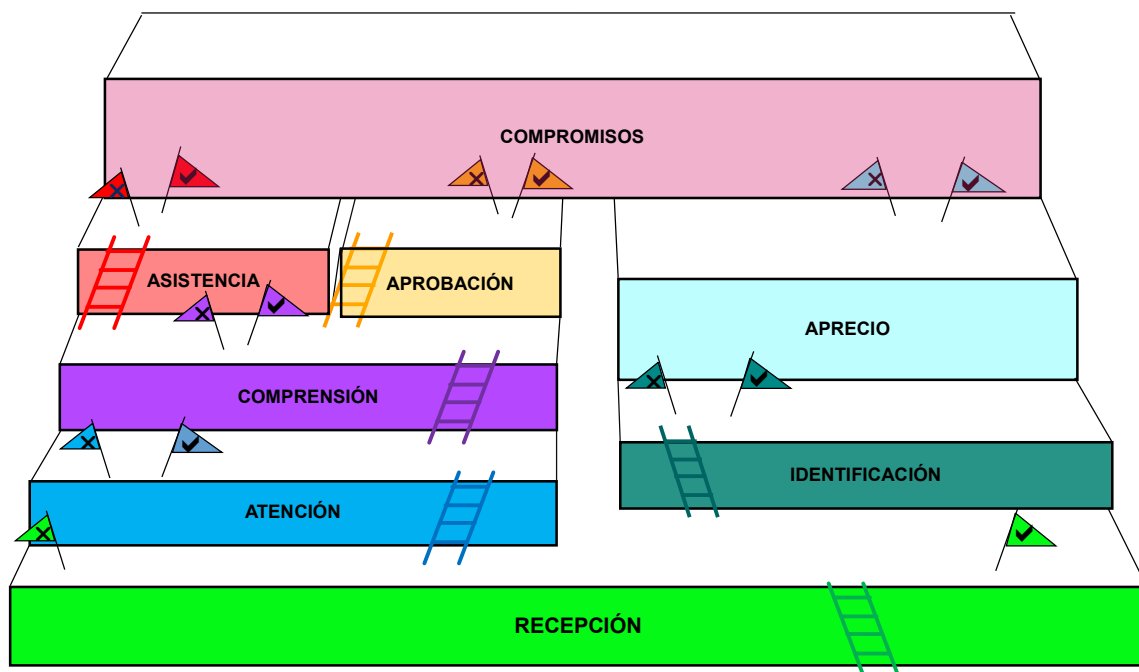


Figura 1. Tareas escalonadas a realizar para efectuar una respuesta completamente satisfactoria

Figura 2, donde se representan de forma más completa todos estos posibles itinerarios, los completos (los que llegan hasta los compromisos) pero también los que quedan truncados. Los escalones son más o menos trabajosos para la persona que responde (la destinataria de la acción comunicativa) en función del trabajo que se haya tomado la persona que busca una respuesta (la destinadora). Así que cada escalón conlleva el trabajo de producirlo y el trabajo de responderlo.

Vamos a ver los escalones en detalle. El primero de ellos es el de la “recepción”. Para el destinador, preparar este escalón supone el esfuerzo de la toma de contacto (marcar un número de teléfono, buscar al interlocutor por la casa, pasarse por el bar donde suele parar) y para el destinatario el de estar localizable y disponible (lo que incluye no tener la música tan alta o coger el teléfono). En el siguiente nivel hay dos peldaños, “atención” a la izquierda e “identificación” a la derecha. Empecemos por la izquierda: cuando alguien emprende una acción comunicativa como destinador (yo, Esteban Ezama, en este momento en el que escribo) debe hacer un esfuerzo más o menos grande para producir una señal que pueda ser detectada por el destinatario (el texto que estoy tecleando en el ordenador), mientras que del lado del destinatario (del lado de usted, que me está leyendo) se necesita un esfuerzo de atención (no es igual de fácil leer palabras escritas *con un tipo de letra que con otro* o **muy contrastadas** que **poco contrastadas**). En lado derecho está el trabajo de presentarse (destinador) y de identificar (destinatario). La presentación es fácil o implícita si las interlocutoras se conocen, en caso contrario puede estar más o menos elaborada (tarjetas de visita, placas de identificación, vestimentas como las togas o las batas blancas, currículos, notas biográficas). La identificación puede entrañar también complejidad variable. No siempre se reconoce a la primera el rostro de la persona con la que hablas. Determinar quién se está dirigiendo a ti puede suponer un esfuerzo (por ejemplo, en las conversaciones telefónicas).

Siguiendo la ascensión por el lado izquierdo llegamos a la “comprensión”. Por parte del autor de la propuesta, esta tarea supone el esfuerzo de hacer la señal comprensible (lo que en mi caso me lleva a escribir y desechar muchas frases a medida que hago intentos de expresar lo quiero decir) y del lado del destinatario un esfuerzo de interpretación (que, si tiene éxito, le permitirá decir con otras palabras lo que yo estoy escribiendo). El lado derecho continúa con el escalón del “aprecio”, que del lado del destinador en el momento de la propuesta no supone esfuerzo, pero para el destinatario requiere mostrarse acogedor (sonreír, acercarse, abrazar, besar).

En la parte izquierda, los siguientes escalones, que van juntos y paralelos, son los de la “asistencia” y la “legitimación”. Igual que ocurre con la comprensión y el aprecio, que se pueden lograr la una sin el otro (puedo adorar que mi novio lituano me esté hablando en su idioma aún sin entenderle ni papa), también se puede conseguir la aprobación sin conseguir la asistencia y la asistencia sin

conseguir la aprobación. Alguien puede hacer lo que se le acaba de pedir, pero de mala gana («Toma, aquí tienes tu maldito vaso de agua»), y seguro que también conoce la experiencia de que alguien apruebe su aportación aun sin darle la razón («Aunque no estoy de acuerdo contigo te agradezco que me hayas dicho lo que piensas»). Para conseguir, pues, que alguien cumpla nuestra solicitud de asistencia (que guíe nuestras acciones o nuestros juicios o que siga las guías que nosotras le damos) no es imprescindible la aprobación, aunque generalmente la deseamos. Buscar la aprobación supone para el destinador un riesgo. En nuestro caso, mis compañeras y yo nos estamos arriesgando a que usted, querida lectora, no acepte atribuirnos autoridad para afirmar esto que estoy escribiendo en particular y, en general, para decirle a usted lo que tiene que pensar sobre la comunicación humana. Buscar su permiso para afirmar lo que estamos afirmando, y para presentarnos como unas personas dignas de crédito, conlleva reconocerle autoridad a usted. Es decir, nos estamos “sometiendo a juicio del público”, como se solía decir antes.

El escalón de la asistencia suele suponer en general mucho más coste del lado de la respuesta que del lado del destinador. Supone hacer lo que el autor de la propuesta buscaba, o hacerse con el conocimiento que deseaba transmitirnos. Siguiendo con nuestro propio ejemplo, que usted satisfaga nuestra solicitud de asistencia se traduce en que usted afirme o apoye la *validez* de lo que mis compañeras y yo afirmamos.

Por último, subir los escalones de la aprobación y de la asistencia —o cualquiera de ellos por separado— se traduce en compromisos. Del lado de la destinataria (de su lado, lectora), habernos legitimado (aprobado) como fuente válida de conocimientos sobre pragmática de la comunicación lleva al compromiso de escuchar nuestras opiniones y, en el futuro, valorarnos como expertas. Por otro lado, apoyar la validez de lo que aquí estamos afirmando la compromete a usar y defender lo que se expone en estas páginas, y con ello se atribuye a sí misma una obligación respecto a la cual otras personas le pueden pedir cuentas: «¿Pero tú no defendías que todo lo que uno dice tiene un para qué, y que para el interlocutor no es fácil adivinar cuál es la respuesta deseada? ¿Pues entonces por qué te enfadas conmigo porque no te haya entendido bien?». Otro tanto ocurre con el aprecio. Si usted deja de mostrarlo por una persona y no lo justifica, puede esperar que se lo censuren: «Cuando me necesitabas bien que me alababas y me querías. Ahora que no me necesitas ya no te caigo tan bien, ¿no?».

Contabilidad de costes

El balance de los costes que supone para cada interlocutor (destinador y destinatario) el éxito de una acción comunicativa en particular, es desigual. Para el autor de la propuesta, el éxito requiere

el coste en esfuerzo y medios —incluso económicos— de conseguir que el otro esté de alguna manera presente y disponible²¹, el coste de producir las señales propiamente dichas (el de producir los cambios físicos que el destinatario debe poder detectar, por ejemplo, marcar un número de teléfono y pronunciar palabras cuando el otro descuelga, o escribir y poner a disposición del público este texto), el de hacerse identificable (hacerse reconocible dejándose ver, o mediante documentos, vestimentas, adornos o insignias), y el esfuerzo de producir un conjunto de señales que para el interlocutor resulten comprensibles como solicitudes de asistencia y de legitimación (digo que estoy mal y pongo cara de necesitar un abrazo). A esto tendríamos que añadir otros costes. Además de los económicos (lo que cuesta contactar por teléfono, por ejemplo), hay costes reputacionales, que se verifican en las muestras de aprecio o desprecio (lo que va a pensar de mí si le digo que estoy mal cuando sé que estoy a punto de echarme a llorar), y los compromisorios (los permisos que va a creer que le doy si le pido un abrazo llorando).

En el otro lado, para el destinatario de la propuesta los costes son los de la disponibilidad y la recepción de las señales que ha enviado el destinador, los costes de atención y de identificación del interlocutor, el esfuerzo de interpretar las señales como solicitud de asistencia y de legitimación (decidir qué quiere que le responda), producir la respuesta (hacer algo, dar algo, afirmar algo), comprometerse, y también dar una imagen de uno mismo. Si comparamos las ganancias y pérdidas que puede acarrear la acción comunicativa para ambos, obtenemos unas combinaciones que nos permiten calificar el carácter egoísta o altruista de una propuesta. Para simplificar, hemos manejado solamente dos niveles: beneficioso (+) y perjudicial (-), cuya combinación resulta en las cuatro opciones que pueden verse en el Cuadro 1:

Cuadro 1

Tipos de propuesta	Resultado previsible para autor de la propuesta	Resultado previsible para autor de la respuesta
<i>Felices</i>	Beneficioso (+)	Beneficioso (+)
<i>Egoístas</i>	Beneficioso (+)	Perjudicial (-)
<i>Altruistas</i>	Perjudicial (-)	Beneficioso (+)
<i>Desgraciadas</i>	Perjudicial (-)	Perjudicial (-)

²¹ El tema de la disponibilidad tiene particular relevancia en las relaciones de apego. En la “situación extraña” (procedimiento estandarizado de observación que se utiliza para el estudio de las relaciones de apego infantil) la salida de la cuidadora de la habitación es para el bebé una pérdida de la disponibilidad, y puede constituir un coste tremendo.

Las razones que hacen que una acción comunicativa resulte beneficiosa o perjudicial para alguien provienen a su vez de cuatro tipos diferentes de costes, a saber: los de *oportunidad* (las ventajas o desventajas relacionadas con hacer algo para una persona cuando además se intenta hacer algo para otras o para uno mismo), los costes en materia de la *fatiga* que se derive del esfuerzo, el coste *patrimonial* (el coste económico, en bienes y posesiones) y por último los costes en la *reputación*, esto es, la legitimación o deslegitimación y la valorización o desvalorización que va a suponer, tanto para el destinador hacer esa solicitud de asistencia y legitimación, como para el destinatario responderla de manera colaboradora. El balance incluye tanto los costes inmediatos como los aplazados, es decir, los que vendrán de cumplir los compromisos que resultan de la propuesta y de la respuesta actuales (futuros costes de oportunidad, fatiga, uso de bienes y posesiones y cambios en la reputación).

Retroalimentación

En el complejo batiburrillo de señales en diferentes niveles y con diferentes instrumentos en que consiste la acción comunicativa, hay elementos que tienen funciones aclaratorias. Se parecen a lo que antes llamábamos metacomunicación. Son señalizaciones que van informando al autor de la propuesta si los escalones se van subiendo o no, y le sirven de retroalimentación para saber qué tareas se están resolviendo de forma satisfactoria. Estas contribuciones funcionan como banderolas de señalización, que seguramente ya ha visto en la Figura 1. Hemos representado la realización satisfactoria (o suficiente) de una tarea con ✓ y la realización insatisfactoria (o insuficiente) con ✗. Por otro lado, cuando el destinatario no consigue realizar una tarea, puede pedir asistencia al destinador para reparar el fracaso. Hemos representado estas peticiones como escalerillas. Diciendo: «No te he entendido, ¿qué es lo que quieres que haga?» pedimos una escalerilla de ayuda para llegar al nivel de comprensión. «O sea, que quieres que te consiga ese expediente. ¿Y cómo puedo hacer para encontrarlo?» es pedir ayuda para llegar al nivel de asistencia. Veamos a continuación algunos ejemplos más en una situación concreta.

Dos matrimonios que se conocen desde hace tiempo cocinan y cenan juntos bromeando en un ambiente distendido. La cosa va cambiando cuando una de las mujeres, María, empieza a considerar que su marido, Juan, ya ha bebido bastante. La mujer se va tensando por momentos, lo que hace que toda la situación se tense también. No dice nada al respecto durante toda la cena, pero su malestar es evidente para los amigos y va *in crescendo*, mientras él parece no percatarse. Solo cuando en la

sobremesa está a punto de servirse el tercer chupito, ella se dirige a su marido de forma directa y verbal²².

María mira a Juan y le dice susurrando: «Vas con el tercero, ¿no?». María pone así delante de Juan la escalera de la acción comunicativa. Para analizar detalladamente lo que ocurre, servirá de ayuda la Figura 2, que contiene los pasos correspondientes a siete de los ocho peldaños de la escalera (sin el de los compromisos). Las tareas están representadas con texto en color. Las del primer escalón en verde lima: ¿notas que estoy aquí? Luego, en el lado izquierdo, en azul: ¿me estas prestando atención? Luego, en morado: ¿entiendes qué quiero? A continuación, en rojo: ¿vas a dejar de beber? Y en anaranjado: ¿vas a aprobar que te guíe respecto a lo que bebes? Mientras, en el lado derecho, en verde esmeralda: ¿sabes que soy María? y en turquesa: ¿te caigo bien?²³

Si Juan estuviese con un videojuego y los cascos puestos podría no estar enterándose de que María le está diciendo algo, o podría hacer creer a María que no se entera, pero en una escena como la que estamos describiendo esto no resultaría plausible. En este caso, lo más fácil es simplemente no dar muestras de atención. Podría añadir una *notificación de insuficiencia* (ver Figura 2) y decir: «No puedo atenderte ahora». También podría mirar a María con interés, con lo cual estaría colocando una banderola de suficiencia: «Estoy atento, continúa». Juan tiene muchas opciones, también podría decir: «Perdona, estaba distraído, ¿me estás diciendo algo?». Estaría entonces pidiendo una escalerilla para trepar el escalón de la atención, con lo que estaría haciendo, según nuestro esquema de la Figura 2, una *solicitud de aclaración*. Hay banderolas y escalerillas para cada nivel.

Pero como ya sabemos, no solo de palabras está hecho el acto comunicativo, y por las muecas y gestos de Juan, María puede hacerse una idea de si él aprueba lo que le ha dicho sobre los chupitos. La cara de Juan evidencia a las claras que no, y también que ella no le cae bien en ese momento. Así las cosas, llegados al nivel de la legitimación, la respuesta de Juan no sube al escalón de la aprobación, y en el tramo de la valoración no sube el del aprecio. A pesar de ello, sí que colabora en el nivel de la asistencia, porque después de unos segundos dice: «Creo que ya he bebido bastante, no me serváis más, por favor». La respuesta de Juan ha sido de *cumplimiento* de la solicitud de asistencia, aunque con una deslegitimación de la solicitud (*desaprobación*) y un *menosprecio* hacia la misma María. Eso significa que la recepción, la comprensión y la identificación sí se han logrado, o así parece.

²² El desarrollo completo de esta escena puede verse al comienzo de *No es como te han dicho*, y las vicisitudes de este matrimonio y de sus hijos a lo largo de los años son el hilo conductor de todo el libro.

²³ En la Figura 2 las flechas gruesas son el equivalente a haber llegado al pie de un escalón de los de la Figura 1 y poder enfrentar la siguiente tarea.

Imaginemos algunas variantes más. María dice: «Vas con el tercero, ¿no?», y Juan responde: «Pienso beber lo que me apetezca, así que déjame en paz». A este tipo de respuestas las llamamos *rechazos* de la solicitud. No hay dudas acerca de la recepción y la comprensión. Tampoco sobre la valoración desfavorable. Otra posibilidad: «Vas con el tercero, ¿no?», y Juan replica: «Sí, ¡a mí también me está gustando muchísimo este licor de avellanas!». Este es un tipo de respuesta al que llamamos *incumplimiento*. Son respuestas que no satisfacen la solicitud, pero haciendo parecer que la razón es un fallo en la recepción o en la comprensión. Si Juan no hubiese dado muestras de enterarse de que María le había dicho algo, como si llevara los auriculares puestos o estuviera sordo, su respuesta en la zona de asistencia sería también un incumplimiento.

Las relaciones humanas son en esencia comunicación, y hay muchas formas de hacerlo bien y también de llegar a al desastre, como veremos en el próximo apartado. Valga como entrante este caso verídico: una suegra y su yerno comparten un viaje en coche por razones familiares que no vienen al caso. Él es quien conduce. Ella, asustada por su impetuoso estilo al volante, le pide que, por favor, si no le importa, vaya un poquito más despacio porque le da miedo. El yerno responde que la preocupación está injustificada, que el problema es que ella no está acostumbrada a esa forma de conducir, y continúa como si no hubiera existido la conversación. Cuando llegan por fin a la casa del pueblo y se bajan del coche, ella besa el suelo. Había formulado una solicitud que él desoyó, a pesar de su claridad. Probablemente él estaba preocupado por forjarse ante ella una determinada reputación, la misma que le gustaba tener con sus amigos. Un desastre. (El matrimonio fue un desastre también.)

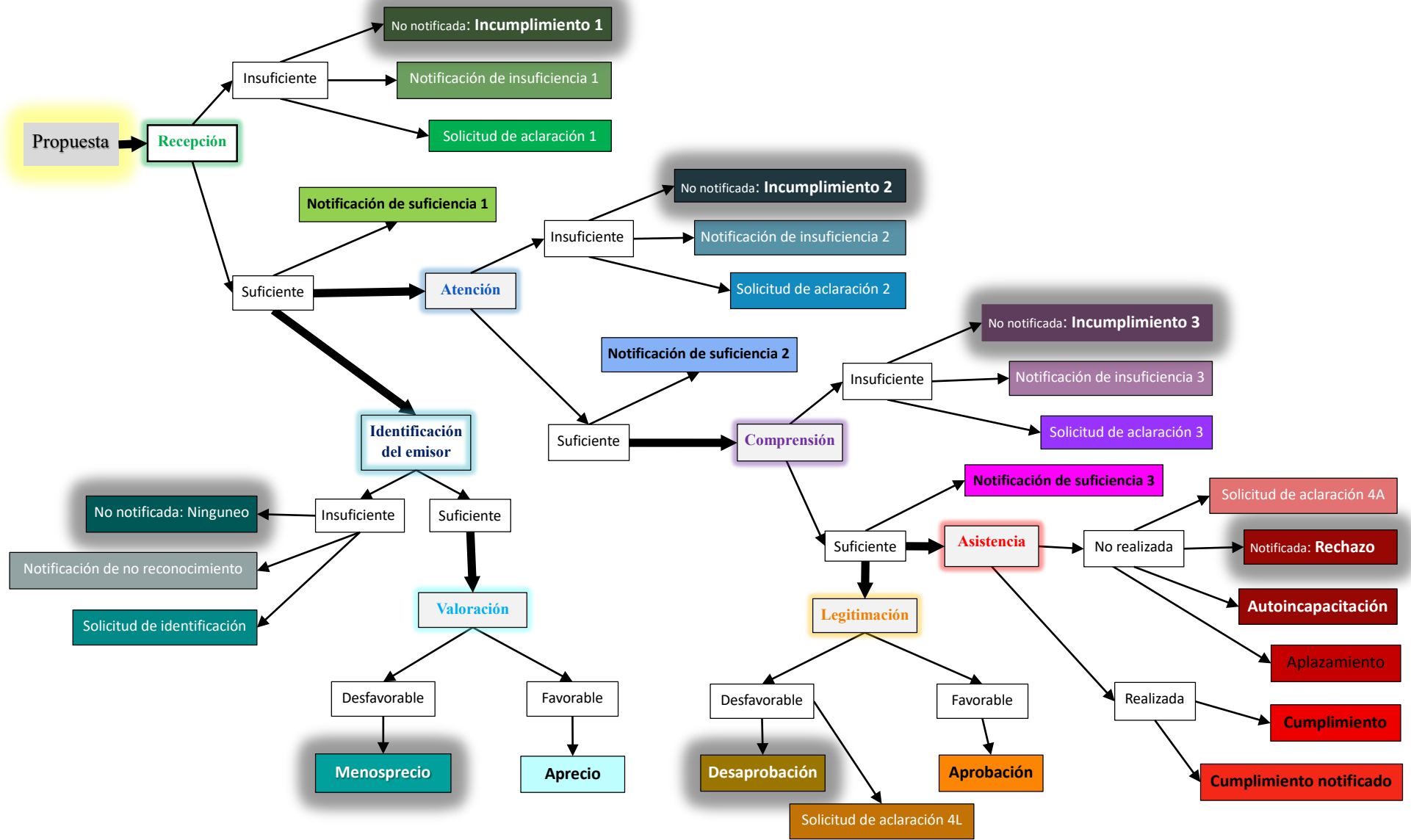


Figura 2: Esquema para el análisis de respuestas

Instrucciones para cuidar las relaciones

Provistos de la metáfora de la escalinata y del árbol de decisión de la Figura 2 podemos examinar ahora las conversaciones como el lugar donde se gesta la calidad de las relaciones. Es un esquema que sirve para evaluar eso a lo que hemos llamado desde el principio del capítulo *relación colaboradora*. Si la esforzada lectora consigue retener los conceptos clave, puede hacerse con un buen predictor de relaciones desastrosas. Cuando el recorrido a través del árbol de decisión acaba en una casilla con una nubecilla gris alrededor, podemos prever que la interacción se dirige hacia la niebla o la tormenta. Cuantas más nubes aparezcan y más rápido lo hagan, más probable es que la relación vaya mal.

Primer indicador: Frecuencia de muestras de desatención

Las señales por parte del destinatario de que está atendiendo a las señales del destinador son mucho más importantes de lo que pueda creer. Sostener la mirada mientras te hablan, los «ajá» o dejar de hacer otra cosa al mismo tiempo son ejemplos de esto. Es difícil no perder el hilo cuando tu interlocutora no te mira o parece distraída.

Además, en la mayor parte de las conversaciones no hay moderador. Los hablantes se organizan por sí mismos para lograr la alternancia en las intervenciones de una forma natural, de modo que dos personas que conversan no hablen al mismo tiempo y se cedan la palabra de cuando en cuando (unos más de cuando en cuando que otros, como también habrá experimentado alguna vez). La ocupación del canal a destiempo se experimenta como una desatención, tanto si te interrumpen como si alguien se superpone. En las relaciones no-colaboradoras las participantes se dan señales mutuas de desatención e intervienen verbalmente antes de que la otra ceda el turno de palabra de forma no verbal. Este es un indicador bastante elemental y fácil de constatar.

Segundo indicador: Frecuencia de incumplimientos

El siguiente indicador viene dado por las respuestas en las que parece haber fallado la recepción, la atención o la comprensión, pero no se dan indicaciones de ello. Los incumplimientos son la clase de respuestas a las que nos referimos con expresiones como «hacer oídos sordos», «a dónde vas, manzanas traigo», «escamotear la respuesta» o «salirse por la tangente».

He aquí un ejemplo de incumplimiento:

- Cuánto tarda en venir el maldito camarero.
- Creo que yo voy a tomar una sin alcohol.

O este otro:

- Qué montón de trabajo tengo para mañana.
- Qué frío. Podríamos poner la calefacción.

Tercer indicador: Frecuencia de rechazos

Los *rechazos* pueden consistir en varias cosas, todas también fáciles de ver: rehusar la realización de la tarea solicitada (se rechaza la guía que se da para la acción o se rechaza dar la guía que se solicita), o rehusar la ratificación de la afirmación que ha hecho el otro (se rechaza la guía para el juicio que se ha recibido). En este caso las negativas son explícitas, más o menos. El actor en función de respuesta no quiere dar la información o seguir las instrucciones y además lo hace saber.

Si usted está analizando una interacción comunicativa en estos términos y tiene dudas, lo más probable es que la ambigüedad provenga de si se encuentra ante un *rechazo* de la solicitud o ante un *incumplimiento*, porque los incumplimientos se usan muchas veces como sucedáneo. Los incumplimientos se diferencian de los rechazos en que el destinatario de la solicitud no se niega a cumplirla (no hace saber que no la cumplirá), simplemente no la cumple, y no aparece en su lugar algo diferente que indique un fallo: una *notificación de insuficiencia* o una *solicitud de aclaración* en el nivel de recepción («No te oigo» o «Perdona, ¿me decías algo?»), en el de atención («No te estaba atendiendo» o «Repite por favor») o en el de comprensión («No entiendo lo que me quieres decir» o «¿Pero entonces qué es lo que quieres, qué me tome el tercer chupito o que no me lo tome?»).

Parece verosímil que en las conversaciones que tienen lugar entre interlocutores habituales, la frecuencia de incumplimientos indique un conflicto más difícil de abordar que el que señalaría la frecuencia de rechazos, pero es sólo una conjetura.

Hay otros tres tipos de respuesta que se parecen a los incumplimientos, pero que no son necesariamente indicadores de que algo va mal. Uno de ellos son las respuestas de *notificación de suficiencia* sin cumplimiento posterior, como los ejemplos dos párrafos atrás, o algo del estilo de:

- Mañana se nos va a jorobar el paseo. ¡Mira que cielo más gris!
- Ummm. O sea que tú crees que va a hacer malo mañana, ¿no?, y ¿qué crees que hará pasado mañana?

Son respuestas en las que ni se acepta ni se rechaza la validez de los juicios que se hacen en la propuesta, pero que, aun así, resultan colaboradoras. En este otro ejemplo la marca de colaboración desaparece. Es un incumplimiento sin notificación.

- Mañana se nos va a jorobar el paseo. ¡Mira que cielo más gris!

— ¿Qué crees que hará pasado mañana?

Otro tipo de respuestas que tampoco cumplen, pero que tienen un carácter muy diferente a los incumplimientos, son los *aplazamientos*:

— Qué frío, podríamos poner la calefacción.

— Sí, yo también estoy helada, en cuanto acaben las noticias la enciendo.

Otro ejemplo:

— Por favor, ¿me dice que hora es?

— Un segundo, hora lo miro.

Cuarto indicador: Frecuencia de desaprobaciones y de menosprecios

En las ramas de la legitimación (anaranjada) y de valoración (turquesa) de la Figura 2 pueden aparecer también nubarrones. Especialmente en aquellas situaciones en las que alguien busca consuelo y ayuda en otra persona, la frecuencia de las respuestas de *desaprobación*, aunque sea muy baja, es un indicador de que la relación va muy mal. Cuando además concurre con el *menosprecio*, la colaboración huye despavorida:

— ¡Es que me siento fatal! ¡No hago más que pensar en él hablando con esa imbécil!

— ¡Bueno, ya te vale! ¡Llevas dos horas quejándote! ¡Ya está bien! ¿Es que eres tonta? ¡Si él pasa de ti, pasa tú de él, joder!

Pero el hombre orquesta ofrece otras muchas posibilidades. Unos ojos que se elevan al cielo, un parpadeo impaciente, una entonación sarcástica, sirven perfectamente como señal de desaprobación, aunque verbalmente se haga un cumplimento.

— ¡Es que me siento fatal! ¡No hago más que pensar en él hablando con esa imbécil!

— (Ojos al cielo y parpadeo) ¡Ya lo sé, cielo, ya lo sé! Es un cabrón de mierda, ¿a que sí...?

Seguro que ha vivido conversaciones así, o las ha observado mantener a otros. En situaciones en las que no hay una búsqueda tan obvia de amparo y consuelo, las desaprobaciones solo son un poco menos malas:

— ¿Qué hora tienes?

— ¿Por qué no te compras un reloj de una santa vez?

Fíjese en este otro ejemplo:

— Papi, ¡haz conmigo el puzle!

— (Superponiéndose en “conmigo”) Siempre igual, ¡qué pesado! ¡Ya eres bastante mayorcito para jugar solo!

En estos dos últimos ejemplos ocurre algo desgraciadamente muy frecuente, y es que una sola respuesta puede encapotar el cielo por completo. Algunas secuencias de cuatro o cinco contribuciones son capaces de desencadenar la gota fría:

— ¿Qué hora tienes?

— ¿Por qué no te compras un reloj de una santa vez?

— ¿Por qué no te vas a la mierda?

— ¡Ay, pobre! ¿Te hice pupita?

— ¿A mí me hablas de pupita, campeón...? ¿Por qué no llamas a tu madre y le preguntas de mi parte?

No hace falta mucho entrenamiento ni tener nuestros esquemas en la mano para detectar aquí una buena borrasca con rayos y centellas. Si en una conversación aparecen cada poco, y usted no logra que disminuyan, es el momento de revisar lo que creemos saber sobre nuestros interlocutores y sobre nosotras mismas. Mientras tanto, cuando trate con personas con las que quiere seguir tratando en el futuro, procure que en sus respuestas no haya *muestras de desatención*, incluyendo *interrupciones* o *superposiciones*, y use tan pocos rechazos como sea posible. Algunas veces los rechazos son necesarios: cuando crea que un cumplimiento conlleva un compromiso que no va a poder respetar. En lo que respecta a los *incumplimientos*, también es mejor usarlos lo menos posible con las personas amigas. Pero lo que debería intentar evitar a toda costa son las *desaprobaciones* y los *menosprecios*. Casi siempre es posible hacerlo.

Lista de los términos usados en el capítulo

Acción comunicativa o comunicación: Hacer hacer algo a alguien o hacer saber algo a alguien.

Aplazamiento: Incumplimiento acompañado de un compromiso de cumplimiento futuro.

Aprecio: Valoración favorable del interlocutor

Aprobación: Tipo de respuesta en la que se legitima una solicitud: «Tienes derecho a buscar que yo diga o haga lo que pretendes»

Asistencia: Logro que consiste en que el destinatario de una acción comunicativa produzca el resultado deseado por el destinatario.

Comprensión: Logro que consiste en que un destinatario interprete acertadamente las señales que ha producido el destinatario en términos de solicitud de asistencia.

Compromiso: Acuerdo explícito o implícito de respuestas futuras.

Cumplimiento: Respuesta que hace exitosa a una solicitud de asistencia.

Desaprobación: Tipo de respuesta en la que se deslegitima una solicitud: «No tienes derecho a buscar que yo diga o haga lo que pretendes».

Destinador: Sujeto que intenta hacer hacer o hacer saber. Autor de la propuesta.

Destinatario: Sujeto del que se desea obtener respuestas a la acción comunicativa.

Imagen: Las capacidades, conocimientos, preferencias y objetivos que le atribuimos a alguien.

Incumplimiento: Respuesta que no satisface la solicitud sin indicar que ha sido recibida, que ha sido atendida o que ha sido comprendida.

Menosprecio: Valoración desfavorable del interlocutor

Notificación de Atención Suficiente: Respuesta indicadora de que la recepción se está obteniendo.

Notificación de Atención Insuficiente: Respuesta indicadora de que la recepción no se está obteniendo (concepto opuesto a **atención**).

Notificación de Comprensión Suficiente: Respuesta indicadora de que la comprensión se está obteniendo.

Notificación de Comprensión Insuficiente: Respuesta indicadora de que la comprensión no se está obteniendo.

Notificación de Recepción Insuficiente: Respuesta indicadora de que la detección y la identificación de las señales ha fallado parcialmente.

Notificación de Recepción Suficiente: Respuesta indicadora de que la recepción se ha logrado.

Recepción: Logro consistente en que un destinatario note y distinga las señales (los cambios en el entorno) que ha producido el destinatario.

Rechazo: Respuesta indicadora de que la solicitud de asistencia ha sido comprendida y que se opta por no satisfacerla.

Reputación: Las capacidades, conocimientos, preferencias y objetivos que creemos que alguien nos atribuye.

Solicitud de Aclaración por Atención Insuficiente Respuesta indicadora de la necesidad de remediar una insuficiencia en la atención.

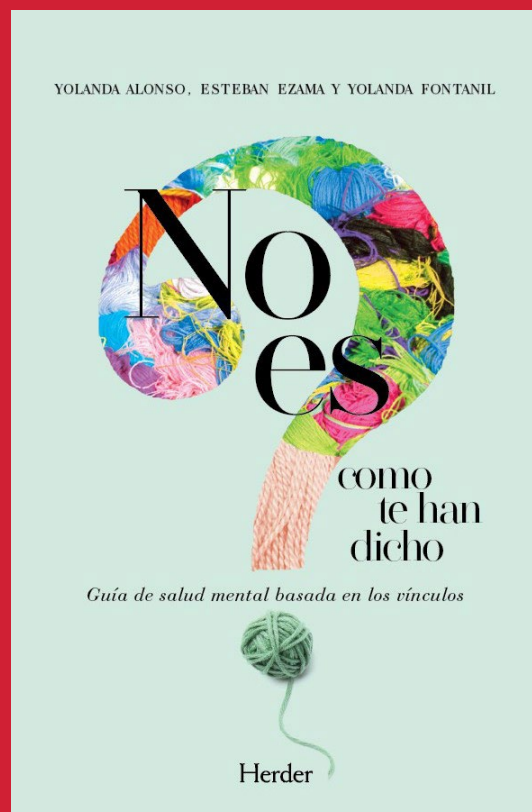
Solicitud de Aclaración por Comprensión insuficiente: Respuesta indicadora de la necesidad de remediar una insuficiencia en la comprensión.

Solicitud de aclaración por Recepción Insuficiente: Respuesta indicadora de la necesidad de remediar una insuficiencia en la recepción.

Superposición o Interrupción: Ocupación simultánea de un turno de palabra (concepto contrario a respeto del uso de la palabra).

Legitimación: Grado de aprobación o desaprobación que un destinador realiza de una solicitud de asistencia.

Valoración: Apreciación favorable o desfavorable acerca del destinador de una acción comunicativa consistente en el grado de aprecio o menosprecio.



¡LO QUIERO!