



## Los axiomas de la comunicación

Un *axioma* es una verdad evidente, algo que no requiere demostración, sobre la cual se construye y sustenta un cuerpo de conocimientos. La palabra proviene del griego  $\alpha\chi\iota\omega\mu\alpha$ , que significa “lo que parece justo”.

En el campo de la comunicación humana, en el cual las claves intercambiadas emanan directamente del cuerpo (movimientos, gestos, posturas), el habla (verbalizaciones), la voz (tono, volumen, tempo, etc.) y el contexto inmediato (situación física, social, cultural, etc.), distinguimos cinco axiomas fundamentales, centrados en la dimensión interpersonal de la comunicación.

### 1. La imposibilidad de no comunicar

Este axioma se deriva necesariamente de una propiedad básica del comportamiento; esto es, no hay algo que sea lo contrario de comportamiento, no existe el no comportamiento y, por lo tanto, es imposible no comportarse. Moverse o permanecer quieto, hablar o guardar silencio, sonreír o mostrarse indiferente, presentarse o retirarse en una situación, etc., todos constituyen comportamientos. Si se acepta que todo comportamiento en una situación de interacción tiene un valor comunicativo, entonces no se puede dejar de comunicar, aun cuando se intente.

LA COMUNICACIÓN TIENE EFECTOS PRAGMÁTICOS EN EL COMPORTAMIENTO DE QUIENES SE COMUNICAN. En una situación interpersonal todo comportamiento influye sobre los demás, les comunica algún mensaje y éstos no pueden dejar de responder a tales mensajes comportándose y comunicando a su vez. En el caso de un viaje en metro, por ejemplo, la mayoría de las personas muestran o una mirada perdida, fija en algún punto (generalmente, el piso) o inquieta, que recorre un sinnúmero de puntos sin detenerse en ninguno. Además no hablan y permanecen en una postura rígida, ensimismados, hasta que deben bajarse. Aparentemente no se están comportando o comunicando algo; sin embargo, su comportamiento tiene valor comunicativo que podría parafrasearse como “voy en mi volada”, “no deseo hablar con nadie” o “no quiero que me hablen”. El efecto pragmático de esta comunicación implica que los demás respondan, precisamente, dejando tranquilo a su vecino. En el caso de una fiesta, el comportamiento de estas personas será totalmente distinto y conllevará un mensaje tipo “deseo hablar/ligar con alguien” o “quiero que me hablen, que me pesquen”. Esto nos devela que existen también índices comunicativos inherentes al contexto físico y social que provocan efectos pragmáticos en las personas. El comportamiento de éstas varía, también, según se hallen en el metro, en una fiesta, una conferencia o un dormitorio.

La comunicación, además, tiene lugar sea o no intencional. La *intencionalidad* no es un prerrequisito de la comunicación. Hay situaciones donde existe una falta absoluta de intencionalidad en la comunicación, pero desde la perspectiva del “receptor” éste es afectado pragmáticamente. Por ejemplo, en el caso de

alguien que entra a una habitación llorando sin saber que hay una persona en la habitación de al lado. La segunda persona se verá afectada por el comportamiento de la primera, pudiendo permanecer callada para no molestar, abandonar la pieza, ir a consolarla, etc., pese a que la primera persona no tuvo intención alguna de comunicarle a él su pesar.

En síntesis, toda conducta en una situación de interacción tiene un valor de mensaje (es comunicación)

Cualquier comunicación implica un compromiso y define el modo en que el emisor concibe su relación con el receptor.

## **2. Niveles de contenido y relaciones de la comunicación**

Una comunicación no sólo transmite información sino que al mismo tiempo impone conductas. Siguiendo al antropólogo estadounidense Gregory Bateson (1904-80), estas dos operaciones se conocen como los *aspectos conativos y referenciales*.

El aspecto referencial de un mensaje transmite información (sinónimo de contenido del mensaje). Transmite datos de la comunicación.

El aspecto conativo se refiere a qué tipo de mensaje debe entenderse que es. Cómo debe entenderse la comunicación en la relación entre los comunicantes.

Puede que el mensaje tenga el mismo contenido (información), pero que definan relaciones distintas (distintas formas de decir las cosas) Por ejemplo, cuando Diego le preguntó a Pilar por las llaves del auto, ella le respondió: “las llaves están sobre la mesa” (aspecto referencial o de contenido) El hecho de decirle dónde estaban las llaves fue amistoso (aspecto conativo o relacional)

La relación puede expresarse en forma no verbal y puede entenderse claramente a partir del contexto en el que tiene lugar.

Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional, tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una "matecomunicación".

## **3. La puntuación de la secuencia de hechos**

Esta característica básica de la comunicación se refiere al intercambio de mensajes entre comunicantes. Quienes participan en la interacción necesariamente puntúan la secuencia de hechos arbitrariamente. María explica su problema de alcoholismo como una defensa contra las constantes ausencias de su marido que experimenta como abandono; Pablo, por su parte, aduce que se aleja debido al alcoholismo de ella. Esta secuencia circular de comportamientos que se retroalimentan es organizada arbitraria y unilateralmente por cada participante, de tal manera que los hechos aparecen como causas o efectos según quien los perciba: “tomo alcohol (efecto) porque tú me tienes abandonada (causa)” y “te abandono (efecto) porque te alcoholizas (causa)”

La puntuación organiza los hechos de la conducta y resulta vital para las interacciones en marcha.

La falta de acuerdo con respecto a la manera de puntuar la secuencia de hechos es la causa de incontables conflictos en las relaciones (ejemplo esposo-esposa)

#### 4. Comunicación digital y análoga

En la comunicación humana es posible referirse a los objetos de dos maneras totalmente distintas: se los puede representar por un símil como un dibujo (mediante una semejanza autoexplicativa) o mediante un nombre (palabra) y, son equivalentes a los conceptos de la computadoras puesto que resulta obvio que la relación entre el nombre y la cosa nombrada está arbitrariamente establecida.

Comunicación análoga: todo lo que sea *comunicación no-verbal* (postura – *proxemia*–, gestos, expresión facial –*kinesia*–, la inflexión de la voz, el ritmo – *paralingüística*–).

El hombre es el único organismo que utilizó tanto la comunicación análoga como digital.

Comunicación digital: el habla, el *lenguaje*. Aquí, los objetos o eventos son expresados mediante un conjunto de signos arbitrarios que no guardan necesariamente una semejanza estructural con dicho objeto o evento. Por ejemplo, no existe nada particularmente similar a una mesa en la palabra “mesa”.

Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional, ambos modos no sólo existen lado a lado, sino que se complementan entre sí en cada mensaje.

El aspecto relativo al **contenido** se transmite en forma **digital**, mientras que el relativo a la **relación** es de naturaleza **analógica**.

Diferencias: el material del mensaje digital es de mucha mayor complejidad, versatilidad y abstracción que el material analógico, en este último no hay equivalentes para elementos de vital importancia para el discurso como "si luego", "o....o", etc. la expresión de conceptos abstractos resulta imposible como la escritura primitiva, donde cada concepto puede representarse por medio de una similitud física.

Además, en el mensaje analógico suele ser ambiguo y tener varios significados (llanto de alegría, de tristeza), y no posee indicadores de presente, pasado o futuro que existen en la comunicación digital.

Los seres humanos se comunican de las dos formas. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógica sumamente compleja y poderosa pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación mientras que el analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones.

#### 5. Interacción simétrica y complementaria

Son relaciones basadas en:

- a) la *igualdad*, los participantes intercambian el mismo tipo de comportamiento, así su interacción puede denominarse simétrica. Tanto uno como el otro puede, indistintamente, tomar decisiones, criticar y comentar la conducta del otro, dar consejos y proponer alternativas, etc. Este tipo de

relación es frecuente entre compañeros de curso, de trabajo, amigos, hermanos, etc.;

- b) la *diferencia*, los participantes intercambian diferentes tipos de comportamientos, la conducta de uno complementa la del otro y recibe el nombre de complementaria.

En una relación complementaria hay dos posiciones distintas:

- *posición superior* o primaria, mientras que el otro ocupa la *posición inferior* o secundaria.

Este tipo de relación es frecuente entre padre e hijo, jefe y subalterno, médico y paciente, etc.



-López, A., Parada, A. y Simonetti, F. *Introducción a la psicología de la comunicación*. 3<sup>a</sup> edición. Ediciones Universidad Católica de Chile. Santiago, 1991.

-Watzlawick, P., Bavelas, J. & Jackson, D. *Teoría de la comunicación humana*. Herder Editorial, S.L. Barcelona, 2002.