

Sugerencias para la reflexión y la discusión

1. Elija un ejemplo en el cual una fuente quiere que su receptor aprenda, que modifique una relación E-R. Especifique la relación E-R anterior y la que habrá de servirle de sustituto. Tomando como base los principios de aprendizaje que fueron discutidos, sugiera formas en las que la fuente pueda aumentar las probabilidades de que el receptor aprenda en la forma que tenía pensado hacerlo.
2. ¿Cuál es la diferencia entre una respuesta de ensayo y una respuesta? ¿Existe una diferencia o la distinción tan sólo tiene por objeto describir la conducta? ¿Existen otras respuestas fuera de las de ensayo? ¿Qué implicaciones hay en la afirmación de que algunas respuestas son definitivas, no de ensayo?
3. Utilizando como referencia los determinantes de la fuerza de la costumbre, encuentre ejemplos de mensajes que fueron deficientes en producir aprendizaje. ¿Qué sugerencias podría dar a la fuente de comunicación que ésta utilizara para aumentar su aprendizaje? Limite sus sugerencias a aplicaciones de los determinantes de la fuerza de la costumbre.
4. Discuta el concepto de recompensa. ¿En qué forma resulta útil para comprender el proceso y los efectos de la comunicación? ¿Qué peligros existen en utilizar este concepto? ¿En qué forma podemos protegernos de estos peligros?
5. Discuta las similitudes entre el proceso de aprendizaje y el de la comunicación. ¿Nota algunas diferencias entre ellos? Especifique detalladamente su respuesta. ¿Qué ventajas hay en mostrar las relaciones existentes entre estos dos procesos? ¿Y entre dos procesos cualesquiera?
6. Revea en este capítulo los principios de aprendizaje. Discuta las aplicaciones prácticas para su propia comunicación que puedan ser inferidas de estos principios. ¿Qué grado de confianza puede inspirarle la utilización de estos principios en una situación práctica? ¿Cuáles son las limitaciones que les deben ser impuestas?

Bibliografía citada

- ⁽¹⁾ Clark L. Hull, *Principles of Behavior*, Appleton-Century Crofts, 1943.
⁽²⁾ E. C. Tolman, *Purposive Behavior in Animals and Man*, Appleton-Century Crofts, 1932.
⁽³⁾ Charles E. Osgood, *Method and Theory in Experimental Psychology*, Oxford University Press, 1953, págs. 299-727.
⁽⁴⁾ En esta parte se ha realizado un compendio de la obra de Charles E. Osgood, *Method and Theory in Experimental Psychology*, Oxford University Press, 1953, págs. 328-336.
⁽⁵⁾ Wilbur Schramm, "The nature of news", en *Journalism Quarterly*, N° 26, páginas 259-269, 1949.
⁽⁶⁾ John Dewey, *Human Nature and Conduct*, The Modern Library, 1930, págs. 134-139.
⁽⁷⁾ Charles E. Osgood y Percy Tannenbaum, "Attitude change and the principle of congruity", en *Process and Effects of Mass Communication* (ed. del autor), University of Illinois Press, 1954, págs. 251-260.
⁽⁸⁾ León Festinger, *A Theory of Cognitive Dissonance*, Row, Peterson and Company, 1957.
⁽⁹⁾ Fred Cottrell, *Energy and Society*, McGraw-Hill, 1955.
⁽¹⁰⁾ Wilbur Schramm, "How communication works", en *The Process and Effects of Mass Communication* (ed. del autor), University of Illinois Press, 1954, pág. 19.

5

La interacción, objetivo de la comunicación interpersonal

Hemos dedicado bastante espacio a referirnos a las formas en que se comportan las fuentes y los receptores de la comunicación. Al principio definimos la comunicación como un proceso y destacamos que es dinámico, que va hacia adelante, sin punto de partida ni punto final. Esto es cierto. No obstante, a veces hemos hablado necesariamente de la comunicación como si ésta fuera estática, no dinámica. Esto no ha sido intencional, pero es imposible evitarlo *al hablar* de la comunicación cuando la tratamos separadamente para ver cómo funciona.

En este punto podría ser provechoso rever la comunicación como proceso. Las conductas de la fuente no se producen independientemente de las conductas del receptor, o viceversa. *En toda situación de comunicación, la fuente y el receptor son interdependientes.*

El concepto de interdependencia es en sí mismo complejo y puede ser ilustrado definiendo las posibles relaciones entre dos receptores tales como *A* y *B*. *Estos son independientes solo a condición de que uno no afecte al otro.* Por ejemplo, el color del cabello de una persona (*A*) y el hecho de que use la mano izquierda o la derecha (*B*) son independientes. No influyen el uno en el otro. Existen las mismas probabilidades de que una rubia utilice la mano derecha que la izquierda. Lo mismo ocurre con una morena o con las pelirrojas. La gente que utiliza su mano derecha puede ser tanto rubia como morena o pelirroja, y lo mismo es cierto para la gente que es zurda. Ninguna de estas cosas influye en la otra.

Existe una relación de dependencia entre A y B si A afecta a B pero B no afecta a A, o viceversa. Por ejemplo, el cultivo de la ambrosía (*A*) y los casos de fiebre del heno (*B*) tienen una relación de dependencia. La presencia de la ambrosía afecta a ciertas personas produciéndoles fiebre del heno. Esta es dependiente de la existencia de esa flor. En cambio, la ambrosía no es dependiente de la existencia de la fiebre del heno: las personas atacadas de esta dolencia no ejercen influencia sobre la ambrosía. *A* no es afectado por *B*, pero *B* sí lo es por *A*. Por ese motivo, *A* y *B* tienen una relación de dependencia.

La interdependencia puede ser definida como dependencia *recíproca* o *mutua*. Si *A* afecta a *B* y *B* a *A*, entonces *A* y *B* son interdependientes. Por ejemplo, en los Estados Unidos, el granjero y el almacenero son interdependientes. Los alimentos que cultiva el granjero influyen en el producto que puede vender el almacenero. Por otro lado, las ventas de éste repercuten en el tipo y en la cantidad de cosechas del granjero. Cada uno depende del otro e influye sobre él.

Existen niveles variables de interdependencia entre conceptos o acontecimientos. La mayor interdependencia se halla en los conceptos que hemos designado como diádicos. Por ejemplo, los conceptos de *padre e hijo* son interdependientes por el solo hecho de existir, pues ninguno puede ser sin el otro. Lo mismo es cierto para marido y mujer, conductor y seguidor, supervisor y supervisado, etcétera. Esto puede llamarse *interdependencia por de-*

finición. Los conceptos diádicos se refieren a las relaciones entre acontecimientos que no pueden existir solos.

La comunicación entre dos o más personas exige una relación interdependiente. Pero, aun así, los niveles de interdependencia comunicativa varían de una situación a otra. ¿En qué forma difieren?

Niveles de interdependencia comunicativa

Para los propósitos de la discusión, hemos de distinguir cuatro niveles de interdependencia comunicativa. Una vez más es necesario destacar que al hacer esto estamos deformando el proceso de la comunicación. Los cuatro niveles discutidos no son independientes. Toda situación de comunicación incluye, probablemente, algún aspecto de cada uno de ellos. Empero, existen diferencias de intensidad entre una situación y otra.

Si recordamos que estamos haciendo una distinción entre los niveles para destacar diferencias de intensidad y no de especie, no nos equivocaremos. Si suponemos que la comunicación a cierto nivel de interdependencia *no* está relacionada con los demás niveles, *no* estaremos tomando en cuenta el aspecto procesal de la comunicación.

Interdependencia física por definición. Si nos detenemos un momento para reflexionar, se hace evidente que los conceptos de comunicación de fuente y receptor son diádicos. Dependen uno de otro incluso para su propia definición. No se puede definir una fuente sin definir un receptor, como tampoco es posible hacer la definición de un receptor sin llevar a cabo la de una fuente.

Además de su interdependencia por definición, las funciones de la fuente y del receptor son *físicamente* interdependientes, aun cuando puedan ser efectuadas en distintos momentos de tiempo y lugar. Cuando dos personas se están comunicando, una confía en la existencia física de la otra para la emisión o recepción de los mensajes. A veces, éste es el único tipo de interdependencia mutua implicado hasta un punto apreciable. Por ejemplo, examinemos la siguiente conversación hipotética entre un capataz industrial (Harry) y el obrero de una planta (John). John y Harry trabajan en la misma división. Se encuentran cuando llegan al trabajo y sostienen la siguiente "conversación":

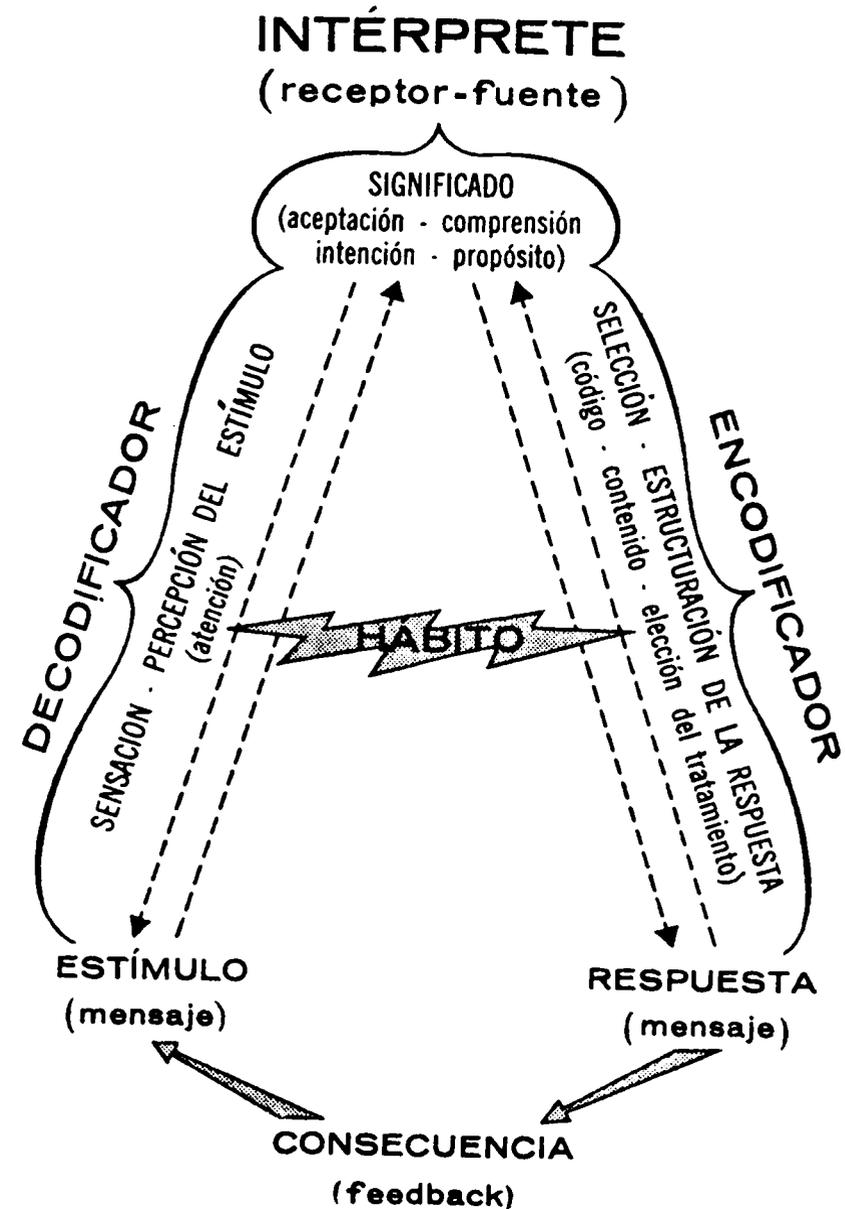
JOHN. —Harry, déjame que te cuente lo que ocurrió anoche en casa . . .
 HARRY. —Bueno, John. Sabes, las cosas no van bien en ese trabajo de asamblea experimental, en la línea . . .
 JOHN. —Llegué a casa la otra noche, y todo estaba en mi contra. Mi mujer dijo que los chicos habían estropeado algunas plantas del patio . . .
 HARRY. —Si no nos lanzamos pronto a la producción intensiva en ese trabajo, no veo cómo . . .
 JOHN. —el sistema de cañería se descompuso en el sótano . . .
 HARRY. —. . . podremos cumplir con el contrato con el cual estamos trabajando.
 JOHN. —y el perro trató de morder al niño en la calle.
 HARRY. —Las cosas andan mal.
 JOHN. —Por cierto que sí.

Este conjunto de mensajes ha sido ligeramente exagerado para demostrar un punto, pero casi todos nosotros hemos tenido oportunidad de escuchar conversaciones como ésta, y hasta de participar alguna vez en alguna. John y Harry eran interdependientes. Sin la presencia del otro, ninguno de los dos hubiera encodificado los mensajes que encodificó. No obstante, su función principal era servir de receptores para los mensajes del otro.

El tipo de interdependencia destacado en esta clase de situación es meramente físico por definición. Los dos comunicadores ni siquiera reaccionaban ante el mensaje del otro. Tan solo esperaban su turno para encodificar.

Probablemente no pondríamos a esta comunicación el rótulo de "buena" o "efectiva". Es un tipo frecuente de comunicación.

Cuando nos comunicamos en esta forma, no estamos hablando el uno *al* otro; estamos, simplemente, hablando. No nos sentimos cómodos al encodificar ciertos mensajes, a menos de hallarnos en presencia de otra persona. Y no lo podemos seguir haciendo cuando



Modelo de las relaciones entre la comunicación y el significado.

estamos con otro, a menos que éste nos soporte o utilice la situación en provecho propio. Somos interdependientes, pero tan solo debido a la naturaleza diádica de los conceptos de fuente y receptor.

Interdependencia de acción-reacción. Para ilustrar lo que se quiere decir con la expresión “interdependencia de acción-reacción” podemos utilizar cualquiera de los muchos servomecanismos. Por ejemplo, tomemos la relación entre la caldera moderna y el termostato que tenemos en nuestro *living*. Podemos considerar las conductas del termostato y de la caldera como una relación de comunicación. Tanto el termostato como la caldera hacen de fuente y de receptor. Cada uno encodifica mensajes y recibe mensajes del otro. Cada uno influye en el otro. Son interdependientes y esta relación es algo más que una mera interdependencia física. Las respuestas dadas por cada uno están determinadas por las del otro. Podemos describir la situación de comunicación entre el termostato y la caldera en la siguiente forma: el termostato tiene una intención, un propósito: mantener la temperatura de la habitación a un nivel determinado, 20°, por ejemplo. Mientras la temperatura se mantiene a ese nivel, el termostato está silencioso. No encodifica mensaje alguno. Cuando la temperatura baja de ese nivel, el termostato transmite un mensaje a la caldera: “ponte a funcionar”. *El termostato actúa.*

Cuando la caldera recibe el mensaje “ponte a funcionar”, lo decodifica y reacciona ante él. Permite que el gas o combustible penetre en sus cámaras, lo cual aumenta la fuerza del piloto y produce calor. Cuando el aire que se halla en la parte superior de la caldera alcanza un determinado nivel de temperatura, como 40°, por ejemplo, empieza la acción de otro termostato.

Ninguno de estos mensajes es transmitido al termostato. Son respuestas internas (encubiertas) de la caldera. Empero, cuando empieza a funcionar el soplador, la caldera empieza a transmitir un mensaje al termostato: calor. El termostato recibe este mensaje (reacción de la caldera), lo decodifica y decide que su propósito original ha sido cumplido. La temperatura de la habitación se halla ahora al nivel deseado.

Al tomar esta decisión, el termostato reacciona con respecto al calor que recibe encodificando otro mensaje: “deja de funcionar”. La caldera reacciona frente a este mensaje reduciendo la entrada de combustible o de gas, disminuyendo la fuerza del piloto, cerrando el soplador e interrumpiendo la transmisión de calor. En el momento que corresponda, el termostato reacciona frente a la ausencia de calor, decide que la temperatura ha descendido por debajo del nivel deseable, y encodifica otro mensaje: “ponte a funcionar”. El ciclo comienza. Se produce una comunicación continua entre la caldera y el termostato. Cada uno transmite mensajes y los recibe a su vez. Cada uno reacciona frente a los mensajes que le llegan.

La relación termostato-caldera ilustra muchas situaciones de comunicación. Tomemos el ejemplo anterior de la discusión de Bill y John mientras cenaban. Bill tenía un propósito: quería que John le hiciera llegar la sal. Encodificó un mensaje (“Alcázame la sal, por favor”). Desempeñó una *acción*. John decodificó el mensaje y *reaccionó* ante él. Respondió alcanzando la sal; su acción fue interpretada como el resultado de haber codificado el mensaje de Bill. Cuando éste percibió la reacción de John, reaccionó a su vez ante ella estirando la mano para tomar la sal y dándole a John las gracias. Cada una de estas conductas dependía de la conducta precedente. Bill actuó y John reaccionó. Bill y John eran interdependientes. Cada uno de ellos se vio afectado por la acción del otro.

Feedback. La terminología de la comunicación comprende un término relacionado con la interdependencia de acción-reacción a la cual ya nos hemos referido: el *feedback*. Es correcto decir que la caldera reaccionó ante el termostato; sin embargo, si analizamos la situación desde el punto de vista del termostato, podemos decir que la reacción de la caldera fue *retroalimentada* dentro del termostato. Este puede utilizar la reacción de la caldera para determinar su próximo mensaje.

El *feedback* proveniente de la caldera fue de utilidad porque influyó sobre el mensaje

ulterior producido por el termostato. De no haber *feedback* de la caldera, el termostato no podría determinar si debe decir a la caldera que siga produciendo calor o que deje de funcionar. El termostato necesitaba *feedback* para cerciorarse de la eficacia de su comunicación de si estaba teniendo el efecto deseado.

El término *feedback* denomina un aspecto especial de la reacción del receptor. Designa el uso de esta reacción que puede hacer la fuente para determinar su propio éxito. Por ejemplo, cuando Bill pidió a John que le hiciera llegar la sal, podía observar a John para ver si éste cumplía su solicitud. La respuesta de John le era útil a Bill como *feedback*. Le hizo saber si había tenido éxito en el cumplimiento de su objetivo. Si John no le hubiera entregado la sal, Bill podría habérsela pedido de nuevo. Si la caldera no se hubiese puesto en funcionamiento, el termostato habría repetido su mensaje.

La fuente puede utilizar la reacción de su receptor como verificación de su propia efectividad y como guía de sus futuras acciones. La reacción del receptor es una *consecuencia* de la respuesta de la fuente. Como tal, sirve de *feedback* para la fuente.

El feedback proporciona a la fuente la información con respecto al éxito que obtuvo al cumplir su objetivo. Al hacer esto ejerce un control sobre los futuros mensajes que la fuente encodifica.

En el ejemplo termostato-caldera, la reacción de cada uno de éstos a la conducta del otro hace de *feedback*. Sin embargo, estas reacciones tan solo pueden utilizarse en forma limitada. El termostato puede repetir su mensaje de “funciona” o “deja de funcionar”, y la caldera el de “calor” o “falta de calor”. No cabe a ambos otra alternativa: ninguno puede comunicar un mensaje distinto, alterar el código, el contenido o tratamiento de su mensaje. Lo más que puede hacer el *feedback* en este caso es influir sobre la repetición de un mensaje.

En la comunicación humana podemos utilizar el *feedback* con un alcance mucho mayor. La respuesta de John a Bill era utilizable por éste como *feedback*, pues le hacía saber si había tenido éxito o no. Si John no le hubiera entregado la sal, Bill hubiera podido modificar su mensaje, cambiar el código, el contenido o el tratamiento. Bill podía haber cambiado los canales y señalado el objeto, o haber modificado los receptores acudiendo a otra persona. Incluso tuvo la posibilidad de cambiar de propósito y tomar la comida sin sal.

También John podía recibir *feedback*. Al hacer llegar la sal a Bill pudo observar su respuesta. Una de las posibilidades era que Bill sonriera y dijera: “Gracias”, o empezara a usar la sal. Otra de las situaciones posibles es que Bill frunciera el entrecejo y, confuso al parecer, dijera: “¿Para qué es esto?” Todas estas respuestas podrían ser utilizadas por John como *feedback*. *Una de las consecuencias de una respuesta en la comunicación es que sirve de feedback tanto para la fuente como para el receptor.*

En resumen, la comunicación implica a menudo una interdependencia de acción-reacción. La acción de la fuente influye en la reacción del receptor y la de éste influye a su vez en la reacción subsiguiente de la fuente, etcétera. Tanto la fuente como el receptor pueden hacer uso de las reacciones de cada uno.

Las reacciones sirven de *feedback*. Permiten a la fuente o al receptor controlarse ellos mismos, determinar hasta qué punto están teniendo éxito en el cumplimiento de su propósito. El *feedback* también influye en la conducta subsiguiente si la fuente y el receptor son sensibles a ésta.

Cuando una fuente recibe un *feedback* que recompensa, continúa produciendo el mismo tipo de mensaje. Cuando recibe un *feedback* que no recompensa, cambiará eventualmente su mensaje. Al responder a un mensaje, el receptor ejerce control sobre la fuente. El tipo de *feedback* que proporciona determina en parte el próximo conjunto de conductas de la fuente. Oradores y auditorios, actores y aficionados al teatro, fuentes y receptores, pueden ser generalmente interdependientes a través de los efectos mutuos de reacciones en el otro.

Por ejemplo, supongamos que usted va a hablar, a pronunciar un discurso. A cierta altura de éste, hace un chiste. Se supone que el auditorio tiene que reírse: si se ríe, esto puede servirle de *feedback*. Esta reacción le indica que tuvo éxito, que puede proseguir,

que sus mensajes están surtiendo efecto. Supongamos, en cambio, que el auditorio no se ría, que permanezca silencioso. Esto también sirve de *feedback*, pues le indica que no está consiguiendo lo que desea, que sus mensajes no se ven coronados por el éxito. Podría entonces cambiar de chistes o dejar de contarlos. *El auditorio ejerce un control sobre sus futuros mensajes, por medio de sus respuestas.* Estas llegan a usted, que depende del auditorio en lo que se refiere al *feedback*.

Al mismo tiempo, los oyentes dependen también del *feedback*. Si hay una persona que no se ríe de sus chistes y todas las demás lo hacen, estas respuestas llegan al receptor que no se ríe. Comienza a dudar de su sentido del humor y con frecuencia empieza a reírse de los siguientes chistes, le hagan gracia o no. Eventualmente, hasta pueden llegar a llamarle la atención por su comicidad.

Las fuentes y los receptores de la comunicación son mutuamente interdependientes en lo relativo a su existencia y al *feedback*. Cada uno de ellos ejerce una continua influencia sobre sí mismo y sobre los demás, por el tipo de respuestas que da a los mensajes que emite y recibe. Un periódico influye en sus lectores seleccionando las noticias que les está permitido leer. Por otra parte, los lectores también influyen en el periódico (aun cuando no tanto como quisieran hacernos creer algunos publicistas). Si los lectores no compran el diario (*feedback* negativo), puede ocurrir que éste cambie la selección y presentación de sus noticias.

Los agentes publicitarios controlan los motivos dados al público para que éste compre tal o cual producto. Pero el consumidor influye en el agente publicitario a través del *feedback*. Si el público compra más (*feedback* positivo), el agente publicitario conserva los mismos mensajes. Si el público deja de comprar el producto (*feedback* negativo), el agente publicitario cambia sus mensajes o los accionistas buscan otro gerente de publicidad.

Podemos distinguir una situación de comunicación de otra por la facilidad con que es obtenido el *feedback*. Es evidente que la comunicación de persona a persona permite el máximo de *feedback*. Todos los canales disponibles de comunicación pueden actuar. La fuente tiene oportunidad de modificar su mensaje en el acto, como resultado del *feedback* recibido. Por otro lado, las formas de comunicación a las cuales nos referimos como medios públicos (diarios, televisión, revistas, etcétera) tienen una mínima oportunidad para el *feedback*. La fuente y el receptor se hallan separados en tiempo y espacio. Tienen poca probabilidad de obtener *feedback* de las respuestas del otro.

La dificultad en la obtención de *feedback* para las fuentes que utilizan los medios públicos ha hecho surgir una verdadera industria: la del "pulsador" de la opinión pública, sobre la base del servicio de apreciación de auditorios, de personal que mide la cantidad de lectores de una revista, de investigadores que estudian el impacto de una edición publicitaria, de organizaciones que entrevistan a los receptores para verificar en forma inmediata y personal sus respuestas. Todos estos profesionales tratan de proporcionar *feedback* para una fuente de comunicación. Son pagados para ayudar a la fuente a determinar quién recibe sus mensajes y qué reacciones se están produciendo.

Como receptores de la comunicación, a menudo pasamos por alto nuestro poder de influencia sobre la fuente. En un mercado competitivo, es notable el efecto que pueden tener diez cartas dirigidas al gerente de una estación de televisión sobre las decisiones de su futuro plan de acción. Nuestras decisiones de desconectar el aparato de televisión influyen en las decisiones futuras con respecto al programa; esto es, las evaluaciones de auditorios sirven de *feedback*. La batalla para lograr la atención del público tiene gran importancia en la industria de las emisoras de radio y televisión. Las decisiones más importantes con respecto al plan de acción se toman a menudo tan solo sobre la base del *feedback*, de la cantidad de gente que escucha o presencia un determinado programa.

Hasta en nuestras propias situaciones de comunicación de persona a persona pasamos por alto la importancia del *feedback*. Como estudiantes, omitimos darnos cuenta de hasta qué punto podemos influir sobre el maestro. Cuando le decimos que no entendemos algo, vuelve a repetir, si es sensible al *feedback*. Si le manifestamos nuestra creencia de que es un buen maestro, tal vez mejore aún esta cualidad suya. Todo actor afirmará que su representación es mejor cuando su auditorio reacciona favorablemente, cuando éste da respuestas que él pueda utilizar como *feedback* positivo.

Subestimamos el valor del *feedback* cuando nos comunicamos con los amigos y los familiares. Olvidamos hacerles saber que pensamos que desempeñaron un buen trabajo o que los queremos. Las respuestas de este tipo son útiles como *feedback* e influyen en sus futuras acciones hacia nosotros.

Las relaciones acción-reacción son de gran valor para el análisis de la comunicación. El *feedback* es un importante instrumento de influencia. Las reacciones del receptor son útiles a la fuente para analizar su efectividad. También influyen en sus conductas subsiguientes, por servir como consecuencias de sus respuestas anteriores. Si el *feedback* produce recompensa, se persevera. Si no la produce, se modifica el mensaje para aumentar las probabilidades de tener éxito.

El conocimiento y la utilización del *feedback* aumentan la efectividad de la comunicación del individuo. La aptitud de observar cuidadosamente las reacciones de otros ante nuestros mensajes constituye una de las características de aquellas personas a las cuales definiríamos como "capacitadas para relaciones humanas", o "sensibles para el papel de comunicador".

Es exacto decir que se pueden encontrar situaciones de comunicación que se ajustan a este nivel de acción-reacción de interdependencia entre la fuente y el receptor. También es cierto que resulta útil conservar el concepto de acción-reacción y el correspondiente concepto de *feedback* en la comunicación. Sin embargo existen, por lo menos, dos trampas posibles a las cuales puede conducir este tipo de análisis.

En primer lugar, el concepto de *feedback* es utilizado generalmente para reflejar la orientación de una fuente hacia la comunicación y no la orientación o proceso orientador de un receptor. Cuando hablamos de las respuestas del receptor como *feedback* para la fuente, estamos observando situaciones de comunicación desde el punto de vista de dicha fuente. Estamos percibiendo a través de sus ojos, y no como un observador externo.

Existen niveles de interdependencia más elevados que la acción-reacción, tal cual habremos de demostrarlo más adelante. No es necesario considerar la relación fuente-receptor como si tuviera un sentido único. Sin embargo, el concepto de *feedback* recalca la dirección única a expensas de un análisis sobre una base con dos direcciones. Cuando la gente aprende lo relativo al *feedback* se inclina a orientarse hacia la comunicación desde el punto de vista de la fuente. Hablamos de "llevar *feedback*" a la fuente, o de "utilizar la conducta del receptor" como *feedback* para la fuente.

El término *feedback* implica un punto de vista. Hemos dicho que un individuo da una respuesta, desempeña un acto. Su respuesta es percibida por un segundo individuo, que responde a ella. Decimos entonces que el segundo individuo reacciona ante el mensaje original. Cuando llamamos a esta reacción *feedback*, la estamos estructurando como si fuéramos la fuente original. Hablamos del uso que podemos hacer de una reacción, no de la reacción en sí. Nada hay inherentemente erróneo en este tipo de terminología. En realidad, es útil pensar de ese modo. A pesar de ello, si no tenemos cuidado, empezaremos a considerar todo el proceso desde el punto de vista de la fuente y a ignorar la interdependencia básica que produjo primero el término *feedback*.

La segunda "trampa" en el uso del concepto de acción-reacción concierne a nuestra continua referencia a la comunicación como proceso. Los términos "acción" y "reacción" niegan el concepto de proceso. Implican que existe un principio de comunicación (el acto), un segundo acontecimiento en la comunicación (reacción), y acontecimientos subsiguientes, etcétera, con un final. Presuponen una interdependencia de acontecimientos dentro de la secuencia, pero no el tipo de interdependencia dinámica comprendida en el proceso de la comunicación.

Las personas no son termostatos o calderas. Poseen la capacidad de efectuar respuestas de ensayo dentro del organismo, de utilizar símbolos para anticipar en qué forma habrán de responder los demás a sus mensajes, de desarrollar expectativas con respecto a su propia conducta y a la conducta ajena. El concepto de expectativas es crucial para la comunicación humana. Exige el análisis a un tercer nivel de interdependencia en la comunicación.

Interdependencia de las expectativas: empatía. Toda comunicación humana implica predicciones por parte de la fuente y del receptor con respecto a la forma en que los demás habrán de responder al mensaje. Aun en la situación de mínima interdependencia que hemos denominado interdependencia física, tanto Bill como John tenían ciertas expectativas el uno con respecto al otro. Hicieron predicciones sobre la facilidad de lenguaje de su oponente, sobre el tiempo que escucharía antes de hablar, sobre las relaciones sociales existentes entre ellos, etcétera. Podemos analizar las expectativas como nivel distintivo de interdependencia. Sin embargo, hasta cierto punto, este tipo de interdependencia se halla implicado en cualquier comunicación.

Todo comunicador lleva consigo una imagen de su receptor. Tiene en cuenta a éste (tal como imagina que deber ser) al emitir un mensaje. Prevé las respuestas posibles de su receptor y trata de predecirlas antes de tiempo. Estas imágenes afectan las conductas de su propio mensaje. Por ejemplo, el agente publicitario de Madison Avenue tiene una imagen (exacta o equivocada) del público estadounidense. El productor de Hollywood posee una imagen del aficionado al cine. Los periódicos tienen expectativas sobre la forma en que los lectores habrán de reaccionar ante los mensajes. Las revistas pueden ser distinguidas sobre la base de las imágenes que tienen de sus suscriptores. Los gerentes de personal poseen una imagen del típico obrero de fábrica. Los maestros tienen, asimismo, expectativas con respecto a los estudiantes.

El desarrollo de expectativas en el receptor por parte de la fuente tiene su contraparte en el desarrollo de expectativas en la fuente por parte del receptor. Los receptores tienen, a su vez, expectativas con respecto a las fuentes. Cuando observamos al Presidente, esperamos que habrá de comportarse en determinada forma, y no de otra, porque es el Presidente. Los lectores de revistas poseen una imagen de las revistas que leen. La imagen que se forma el público de *Ladies Home Journal* no es igual que la imagen de *Fortune*, *Playboy* o *True Story*. Esperamos de estas revistas diferentes mensajes, distintos tratamientos de mensaje.

Los receptores de la comunicación seleccionan y atienden los mensajes, en parte, debido a las imágenes que se han formado de las fuentes y a sus expectativas con relación al tipo de mensaje que estas fuentes habrán de emitir. El público posee una imagen de las corporaciones de negocios, de los dirigentes de uniones laborales, educadores, doctores, etcétera. Una de las principales misiones del experto en relaciones públicas es el desarrollo de expectativas con respecto a su cliente. La gente, en esa profesión, está pagada para manipular la imagen que el receptor se forma de una compañía, de una figura pública, de un producto.

Como fuentes y receptores tenemos el uno con relación al otro expectativas que influyen en nuestras conductas en la comunicación. La conducta también se ve afectada por las imágenes que tenemos de *nosotros mismos*. Nuestras autoimágenes influyen en el tipo de mensajes que creamos y el tratamiento que damos a éstos. Nuestras expectativas con respecto a nuestra propia conducta influyen, por su parte, en la elección de los mensajes que hemos de atender. Los suscriptores del *Harper's* pueden tener autoimágenes distintas de las de los suscriptores del *Reader's Digest*. Los republicanos tienen expectativas sobre su propia conducta distintas de las de los demócratas (al menos en algunas áreas de su conducta).

Como fuentes y receptores llevamos con nosotros nuestras propias imágenes y un conjunto de expectativas sobre los demás. Utilizamos estas expectativas para codificar, decodificar y responder a los mensajes. Tomamos en cuenta a los demás al encuadrarlos; los construimos para influir sobre un receptor, pero nuestras expectativas con respecto a éste influyen en nosotros y en nuestros mensajes.

Algunos de los estudios más interesantes referentes a la comunicación analizan las imágenes que tienen de sus receptores los individuos o las organizaciones comunicativas, y la forma en que estas expectativas influyen en la conducta de la fuente. Por ejemplo, ¿qué imagen tiene Madison Avenue del típico granjero de Iowa, o de la propia Madison Avenue? ¿Qué imagen tiene de sí mismo el ejecutivo de una corporación; qué imagen tiene del obrero común de fábrica, etcétera? Estas son preguntas de importancia que pertenecen a la investigación. Las respuestas pueden ayudarnos a explicar por qué la gente trata sus

mensajes del modo que lo hace, por qué las expectativas de una fuente influyen en la forma en que ésta se comunica.

Al enfocar el concepto de expectativas, podemos volver a nuestro modelo básico del proceso de comunicación. La fuente y el receptor de la comunicación poseen cada uno ciertas habilidades comunicativas, ciertas actitudes y conocimientos. Cada uno existe dentro de un sistema social y de un contexto cultural. Esto afecta la forma en que habrán de reaccionar ante los mensajes. La comunicación representa un intento de reunir a estos dos individuos, a estos dos sistemas psicológicos. Los mensajes son utilizados para llevar a cabo esta unión de los organismos.

En cierto sentido, los mensajes son todo lo que los organismos tienen a su alcance. Utilizando mensajes llegamos a "conocer" a otros hombres, a conocernos a nosotros mismos. Creemos que podemos comprender en parte lo que está ocurriendo *dentro* de otra persona. Desarrollamos expectativas sobre lo que está sucediendo dentro de los demás y sobre lo que ocurrirá en nuestro interior. La pregunta básica es: ¿en qué forma desarrollamos estas expectativas?

Para decirlo con otras palabras, a menudo hacemos afirmaciones tales como "Conozco a John" o "No aceptará ese argumento: lo conozco por fuera y por dentro". ¿En qué forma llegamos a "conocer" a los demás por fuera y por dentro? ¿Cómo llegamos a "concernos" nosotros mismos? ¿Cuál es el proceso que subyace en nuestra capacidad de desarrollar expectativas sobre otros, de predecir la forma en que habrán de conducirse antes de que una situación se presente?

Evidentemente enfrentamos con frecuencia decisiones que exigen este tipo de conocimiento. Decidimos si debemos ascender a Jones, si debiéramos casarnos con Mary o recomendar a Bill para un trabajo responsable. Cuando tomamos esta clase de decisiones lo hacemos basándonos en la suposición de que "conocemos" a Jones, a Mary o a Bill. Tomamos decisiones que implican que entendemos a la gente, que podemos predecir en qué forma se habrán de conducir.

Cuando afirmamos que "conocemos" a alguien, queremos decir algo más que reconocerlo físicamente al verlo. Queremos decir que podemos predecir acertadamente que creará ciertas cosas y no otras, que se conducirá en cierta forma y no en otra, que reaccionará de determinada manera y solo así.

Cuando expresamos que "conocemos" a alguien, incluyéndonos a nosotros, estamos diciendo que entendemos la forma en que ese alguien actúa como entidad psicológica, como una persona con pensamientos, sentimientos, emociones, etcétera. Al hacer estas predicciones, tenemos las conductas físicas como datos básicos. Cada uno de nosotros percibe la forma en que se conducen los demás. Podemos observar estas conductas. Son manifiestas, públicas. Las expectativas presuponen algo más que esto. Implican las conductas privadas del hombre, sus respuestas encubiertas, sus estados internos, sus creencias, sus intenciones. Cuando desarrollamos expectativas, cuando hacemos predicciones, estamos suponiendo que poseemos habilidad en lo que los psicólogos llaman *empatía: la facultad de proyectarnos en la personalidad de otros*. ¿Cómo se desarrolla la capacidad empática?

Esto constituye una pregunta básica para los estudiantes de la comunicación. Desgraciadamente no existe respuesta definitiva a tal pregunta. Los resultados de la investigación no han llegado hasta el punto de que pueda establecerse con certeza una u otra posición. Existen teorías de empatía que son plausibles y compatibles con la evidencia de la investigación. Puede ser que el futuro proporcione una respuesta adecuada, pero solo podemos valernos de lo que sabemos en la actualidad. Cabe definir la empatía como el *proceso a través del cual llegamos a las expectativas, a las anticipaciones de los estados psicológicos del hombre*. ¿Cuál es la forma en que esto se produce?

Los principales puntos de vista sobre la empatía son tres. Una de las escuelas sostiene que no existe tal cosa, que no podemos desarrollar expectativas. Los defensores de esta posición son los que en su mayoría creen en una mera teoría de aprendizaje simple en una etapa (E-R). Este tipo de teóricos del aprendizaje sostiene que la comunicación consiste tan solo en un conjunto de mensajes. Un mensaje es emitido por una persona y percibido por

otra. En otras palabras, existen estímulos y respuestas. Y eso es todo. Dijimos en el capítulo 4 que una teoría de aprendizaje simple E-R podía explicar un aprendizaje animal no humano, pero no las conductas de aprendizaje del hombre, más complejas. Por el mismo motivo, una teoría de empatía simple E-R no parece poder explicar la conducta de la comunicación humana.

Desarrollamos expectativas, *poseemos* la capacidad de proyectarnos en los estados internos de los demás. No es posible aceptar el argumento de que la empatía carece de significado para nosotros, que no podemos desarrollar expectativas y predicciones. Se da algún tipo de proceso *interpretativo*.

Este desarrollo de las expectativas exige un tipo especial de habilidad. Tenemos que ser capaces de poder pensar en objetos que no son asequibles. *Las expectativas exigen decisiones con respecto al no-aquí y al no-ahora*. Con el fin de tener expectativas, de poder hablar sobre el no-aquí y el no-ahora, creamos símbolos arbitrarios para representar los objetos que no son asequibles. Necesitamos ser capaces de producir estos símbolos y de saber manipularlos.

El hombre se distingue de los demás animales por el hecho de haber desarrollado estos dos talentos. Es capaz de recibir y manipular símbolos arbitrarios, así como de producir estos símbolos para servir a sus propósitos. Y por eso puede representar lo inasequible, el no-aquí y el no-ahora. Como lo expresa Thorndike, el uso de símbolos arbitrarios permite a los "humanos pensar sobre las cosas y no solo pensar cosas". El hombre posee, evidentemente, ese talento, aun cuando existan diferencias individuales entre las personas.

Algunos de nuestros juegos comprenden este tipo de habilidades, con el desarrollo de la capacidad empática. El ajedrez constituye un ejemplo. Un buen jugador de ajedrez no puede confiar en la acción-reacción. Desarrolla expectativas sobre las consecuencias de sus conductas y actúa de acuerdo con estas expectativas. Prevé la forma en que habrá de reaccionar el otro (a menudo con varias jugadas de antelación). Delibera antes de mover un peón. Se dice a sí mismo: "Si muevo este peón, mi contrincante probablemente tomará mi caballo con su alfil; pero si lo hace, yo le daré jaque mate a su rey con mi reina", etcétera.

Las mismas cosas ocurren en el *bridge*. El buen postor anticipa posibles posturas de respuesta por parte de su compañero o contrincante antes de hacer su propia postura. También prevé la forma en que habrán de jugar sus manos los demás. El hecho de que el *bridge* incluya este tipo de habilidades es lo que evita que se convierta en un juego mecánico que se pueda describir en los libros. Diferimos en nuestra habilidad empática. Algunos son mejores pronosticadores que otros.

Podemos rechazar el argumento de que no hallamos significado para el concepto de empatía. Todos anticipamos el futuro; hacemos conjeturas con respecto a las relaciones entre: a) ciertas conductas por nuestra parte, b) conductas subsiguientes de otras personas, y c) conductas subsiguientes propias. Hacemos algo más que accionar y reaccionar. Desarrollamos con respecto a otros expectativas que influyen en nuestras acciones, aun antes de que las adoptemos. Esto es lo que queremos decir con empatía.

Teorías de empatía

Existen dos teorías populares con respecto a la base de la empatía. Las dos coinciden en que los datos básicos de las expectativas son las conductas físicas ejecutadas por el hombre, es decir, los mensajes. Ambas están de acuerdo en que las predicciones del hombre sobre sus estados psicológicos internos se basan sobre conductas físicas observables. Las dos coinciden también en que el hombre hace tales predicciones utilizando símbolos para representar estas conductas físicas y manipulando estos símbolos. Al llegar a este punto, las dos teorías difieren diametralmente. Será mejor discutir las por separado.

Teoría de la empatía basada sobre la inferencia (1). Esta teoría se halla psicológicamente orientada. Sostiene que el hombre puede observar su propia conducta física directamente y relacionarla de manera simbólica con sus propios estados psicológicos internos:

sentimientos, pensamientos, emociones, etcétera. A través de este proceso el hombre llega a tener significados (interpretaciones) para su propia conducta física. Desarrolla un concepto del ego (*), por sí mismo, basado en las observaciones e interpretaciones de su propia conducta.

Teniendo un concepto de sí mismo, se comunica con las demás personas. Observa sus conductas físicas. Basándose en las interpretaciones que hiciera anteriormente de sí mismo, lleva a cabo *inferencias* sobre los estados internos de los demás. En otras palabras, razona consigo mismo que si, por su parte, su conducta representó tal o cual sentimiento, una conducta similar ejecutada por otra persona ha de representar el mismo sentimiento.

Esta manera de considerar la empatía supone que el hombre posee un conocimiento directo acerca de sí mismo y un conocimiento indirecto acerca de los demás. Sostiene que el hombre posee la capacidad de comprenderse a sí mismo, a través del análisis de sus propias conductas. Apoyándose en estos análisis puede hacer inferencias acerca de las demás personas, sobre la base de las similitudes entre la conducta de éstas y la suya propia.

Examinemos un simple ejemplo de este argumento. Supongamos que alguien se observa haciendo ciertos gestos; por ejemplo, golpea varias veces con su mano en la mesa. Después analiza lo que sintió al hacerlo. La conclusión que saca es que estaba enojado, fuera de sí. Descubre una relación entre su conducta manifiesta (golpear la mesa) y un estado o sentimiento interno de cólera. Después la misma persona observa a otra golpeando la mesa. De acuerdo con esta conducta infiere que ella también está enojada. Por lo tanto, hace suposiciones sobre su estado interno: a) observando su conducta, y b) comparándola con una conducta similar suya que reflejaba enojo.

Esta es la posición de una teoría de la empatía basada sobre la inferencia. ¿Qué supone esta teoría?

1. El hombre posee evidencia directa de sus propios estados internos, pero solo puede obtener evidencia indirecta de los estados internos de las otras personas.
2. Los demás expresan un estado interno determinado ejecutando las mismas conductas que usted para expresar el mismo estado.
3. El hombre no puede comprender en los demás los estados internos que él no haya experimentado. No puede comprender emociones que no ha sentido, pensamientos que no ha tenido, etcétera.

Examinemos estas suposiciones una por una. En primer lugar, una teoría de la empatía basada sobre la inferencia dice que el hombre posee un conocimiento directo de sí mismo. Que todo otro conocimiento es indirecto. Como podremos comprobarlo, la otra forma principal de enfocar la empatía contradice directamente este supuesto. No es posible resolver este problema utilizando la evidencia de investigación que está al alcance de todos; este supuesto no puede ser aceptado ni rechazado.

Hay una evidencia considerable que contradice la segunda suposición, de que todos quieren significar lo mismo con las conductas que ejecutan. Muchos trastornos de la comunicación surgen de esta creencia. A menudo suponemos que otra persona confiere a una palabra igual significado que nosotros, que la sonrisa de otro expresa un estado interior semejante al nuestro cuando sonreímos, que los demás ven el mundo en la misma forma que nosotros, tan solo porque ejecutan muchas conductas físicas similares a las nuestras.

Es verdad que a menudo podemos formarnos una idea sobre los estados internos de los otros infiriéndolos de los nuestros, como si estuvieran relacionados con nuestra propia conducta. Pero haciéndolo así nos equivocamos a menudo. Con frecuencia dejamos de "conocer" los mecanismos internos de los demás al suponer que éstos son iguales al nuestro.

El éxito que obtenemos, al predecir y anticipar la conducta ajena, parecería indicar la necesidad de añadir otro enfoque de la empatía para proporcionar una explicación completa de nuestro éxito. Necesitamos un enfoque que no suponga que el conocimiento directo del hombre es siempre de utilidad. Hay que tener presente que las personas no son iguales.

(*El término *self* puede traducirse como "yo" o "ego". Adoptamos la del libro de Asch, donde es traducido como "ego". Solomon Asch: *Psicología social*, EUDEBA, Buenos Aires, 1962. (N. del T.)

También existe una evidencia que contradice la tercera suposición de la teoría de la inferencia: que no podemos comprender los estados internos no experimentados por nosotros mismos. Pocos teóricos discutirían el principio de que el hombre comprende mejor aquello que ha experimentado por sí mismo. Sin embargo, podemos hallar muchos ejemplos de la comprensión (al menos en parte) de emociones que no han sido experimentadas. Por ejemplo, podemos empatizar con una madre que acaba de perder a su niño. Podemos tener expectativas sobre la forma en que se habrá de conducir, sobre la naturaleza de sus estados internos, aun cuando nunca hayamos sufrido la pérdida de un hijo. Podemos empatizar con personas que se hallan en un estado de gran felicidad con motivo de su próximo casamiento, aun cuando no nos hayamos casado. La experiencia aumenta nuestra comprensión, pero no parece ser esencial para ella.

Estos son los principales argumentos de una teoría de la empatía basada en la inferencia. Parecería que tales argumentos tuvieran cierto mérito; sin embargo, la teoría de la inferencia no explica la empatía en términos completamente satisfactorios. Podemos volver ahora nuestra atención al segundo punto de vista, popularizado por Mead y considerado generalmente como un punto de vista sociológico. Mead definió su teoría con el rótulo de *desempeño de rol*.

Teoría de la empatía basada en el desempeño de rol (?). Supongamos que el conocimiento directo del hombre no es acerca de sí mismo, o que éste *tiene* un concepto del yo antes de comunicarse con otros. Podemos examinar algunas de las conductas del hombre y tratar de interpretar sus implicaciones para la empatía.

Observemos al niño muy pequeño, al infante. ¿En qué forma se conduce, cómo desarrolla su habilidad para empatizar? Los datos básicos observables en el infante son las conductas físicas, las conductas de mensaje. El niño, igual que todos los demás, puede observar y ejecutar una conducta física. La cuestión es saber cómo hace el niño para desarrollar interpretaciones de sí mismo y de otros basándose en conductas físicas observables.

Los teóricos de la asunción de rol sostienen que el recién nacido no puede distinguir entre él y los demás, ni entre una y otra persona. Para desarrollar el concepto de sí mismo, el niño necesita primero verse como un objeto; tiene que actuar hacia sí mismo en igual forma en que actúa hacia los demás objetos, hacia las restantes personas. En otras palabras, *el concepto de "sí mismo" no precede a la comunicación, sino que se desarrolla a través de ésta*.

El niño pequeño pone de manifiesto mucha conducta imitativa. Observa la conducta de las demás personas. Trata de repetir esta conducta lo mejor que puede. Una parte de la conducta que imita está dirigida hacia él. Su madre emite sonidos (habla) en su presencia; comienza a imitar esos sonidos. El padre hace gestos con el rostro (sonríe) en su presencia; comienza a imitar esos movimientos faciales.

Al imitar conductas que están dirigidas a él, el niño empieza a actuar hacia sí mismo en igual forma en que otros actúan hacia él, pero carece de interpretaciones y de significados para estas acciones. Este es el principio de la asunción de rol, el principio del desarrollo de un concepto del "sí mismo". *En la primera etapa de la asunción de rol, el niño desempeña, en realidad, los roles de otras personas sin interpretarlos*. Imita la conducta de otros. Al hacerlo es recompensado por estas respuestas de asunción de rol y las retiene a causa de ello.

A medida que el niño se desarrolla, aumenta su conducta de desempeño de rol. Actúa cada vez más hacia sí mismo, en igual forma en que los demás actúan hacia él. A la vez, aprende a producir y a manipular un conjunto de símbolos que tienen significado tanto para él como para los demás. Provisto de un conjunto de símbolos significantes, el niño puede ahora empezar a comprender los roles que asume. Puede comprender también la forma en que las demás personas se conducen con respecto a él. Le es dado empezar a ponerse realmente en el pellejo de los demás, a verse a sí mismo como lo ven los otros.

Quienes han observado a los niños saben a qué nos referimos con esto. El niño a la edad de dos o tres años juega, por ejemplo, a dar una reunión para el té de mentirillas. Du-

rante esta reunión se reprende a sí mismo. Emite mensajes tales como: "Todd, no tienes que hacer eso o te mandaré a la cama", o: "No, no, Sandy, ésa no es manera de sentarse a la mesa". Cuando el niño se conduce así es porque se considera como un objeto de conducta, como un objeto externo. Está desempeñando el rol de sus padres, se está poniendo en el lugar de ellos. *Esta es la segunda etapa de la asunción de roles, en la cual el niño desempeña los roles de los demás, pero esta vez comprendiéndolos*.

A medida que el niño madura, se ve envuelto en asunciones de roles más complejas. Comienza a tomar parte en juegos con varias personas. Al hacerlo, el niño tiene que asumir un gran número de roles al mismo tiempo. En el juego del escondite ha de ponerse en el lugar de la persona a quien "le tocó" y tiene que asumir simultáneamente los roles de todos los demás niños que se están escondiendo.

Pero resulta imposible *desempeñar* físicamente todos estos roles. El niño no es capaz de imitar todas las conductas descritas. Puede, sin embargo, a través de la utilización de símbolos, hipotetizar lo que se siente al conducirse como los demás niños. Infiere sus roles, los desempeña en su propia mente, en lugar de desempeñarlos físicamente. *Esta es la tercera etapa de la asunción de un rol, en la cual el niño comienza a colocarse simbólicamente en el lugar de otros en vez de hacerlo físicamente*.

Al ponerse en el lugar de los demás niños, el niño desarrolla expectativas sobre su propia conducta, sobre lo que se espera de él en esta situación. Se conduce entonces de acuerdo con sus expectativas, como quedara determinado al *asumir* el rol de los otros. Si se desempeñó en forma satisfactoria al asumir el rol, su conducta se ajusta a las expectativas de los otros y éstos lo recompensan, lo dejan jugar y lo quieren. Si, por el contrario, no asumió el rol como debía, su conducta no se ajustará a las expectativas de los demás niños y no lo recompensarán. Se verá rechazado y castigado.

A medida que el niño sigue participando en la actividad de grupo, asume el rol de muchas otras personas. Al hacer esto se considera como receptor, como un objeto de conducta. Gradualmente, comienza a *generalizar* los roles de los otros. Empieza a tener un concepto general de la forma en que se conducen los otros, de cómo interpretan y de cómo actúan con respecto a él. Esto podemos llamarlo el concepto del "otro generalizado". *El otro generalizado es un rol abstracto que es asumido, la síntesis de lo aprendido por un individuo referente a lo que es general o común en los roles individuales de las demás personas de su grupo*.

Cada uno de nosotros desarrolla un concepto del "otro generalizado" basándose en nuestras experiencias en un medio social específico y en los roles sucesivos de los demás que hemos asumido. El "otro generalizado" nos proporciona un conjunto de expectativas en cuanto a la manera en que habremos de conducirnos. Este es el significado que asignamos al concepto del "sí mismo". *Nuestro concepto de nosotros mismos está constituido por el conjunto de expectativas que tenemos sobre cómo debemos conducirnos en una situación determinada*. ¿En qué forma desarrollamos un concepto de nosotros mismos? Por medio de la comunicación, asumiendo el rol de los demás, actuando hacia nosotros mismos como hacia un objeto de comunicación, por medio del desarrollo de un "otro generalizado".

La teoría de la inferencia *supone* un concepto del "sí mismo", y sugiere que empatizamos al utilizar el concepto de sí mismo para hacer inferencias sobre los estados internos de los demás. La teoría de la inferencia sugiere que el concepto de sí mismo determina la forma en que empatizamos. La teoría de la asunción de rol sostiene lo contrario. Sugiere que el concepto del "sí mismo" no determina empatía. Más bien, que la comunicación produce el concepto del "sí mismo" y que el desempeño de un rol permite la empatía. Ambas teorías confieren gran importancia a la naturaleza del lenguaje, a los símbolos significantes en el proceso de la empatía y en el desarrollo de un concepto del "sí mismo".

¿Cuál de estas dos teorías debemos creer? ¿En qué forma empatiza el hombre? Al llegar a este punto debemos adoptar la posición de que el hombre *utiliza ambos enfoques para la empatía*. Podemos aducir que el primer enfoque el hombre lo hace a través del desempeño de rol. Cada uno de nosotros asume los roles de los demás. Cada uno de nosotros desarrolla un concepto del "otro generalizado". La forma en que nos vemos a nosotros mis-

mos, nuestra definición de nosotros mismos, están determinadas por el concepto que tenemos del “otro generalizado”, del contexto social en el cual existimos, de las expectativas que percibimos en los otros con respecto a nuestras propias conductas.

A medida que nos desarrollamos y que maduramos, construimos un concepto del “sí mismo”. Luego obramos de acuerdo con él. Comenzamos a hacer inferencias sobre los demás basándonos en este concepto. Disminuimos el uso que hacemos de la asunción de rol y aumentamos, en cambio, el uso de inferencias. Presuponemos que los demás son iguales a nosotros y que sus conductas reflejan estados internos iguales a los nuestros. Seguimos haciendo esto hasta que ya no hallamos recompensa.

Cuando empatizamos haciendo inferencias y no somos recompensados, nos quedan tan solo dos cosas por hacer. O bien deformar las conductas que percibimos de los demás y hacerlas corresponder a nuestras expectativas, o bien volver a echar una mirada a las imágenes que tenemos de nosotros mismos, volver a definir el “sí mismo”, retornar a la asunción de rol.

Si tomamos la primera solución, deformando el mundo que percibimos, enfermamos mentalmente, sufrimos “alucinaciones” y terminamos por ir a parar a un sanatorio, lo cual no es deseable. Sin embargo, podemos adelantar que una gran parte del problema de la salud mental se halla relacionada con la incapacidad o renuencia del hombre para modificar la imagen que se ha formado de sí mismo cuando descubre que ésta no es recompensada en su medio social.

¿Qué ocurre con la segunda alternativa, la re-definición del “sí mismo”? Para hacer esto tenemos que volver al desempeño de rol, hemos de asumir otra vez el rol de los otros, desarrollar un nuevo concepto del otro generalizado, un nuevo conjunto de expectativas para nuestra propia conducta. Al hacer esto nos volvemos a definir, modificamos de acuerdo con ello nuestras conductas y comenzamos otra vez a hacer inferencias sobre las demás personas.

A menudo vemos que estamos asumiendo un rol al revisar nuestra asunción de rol o nuestros conceptos de nosotros mismos. Asimismo, el enfermo mental puede utilizar la asunción de un rol como técnica para aumentar su capacidad de formular hipótesis útiles sobre la forma en que otros reaccionarían, y sobre cómo deberían hacerlo en determinada situación.

Al desempeñar el rol de otra persona combinamos los puntos de vista de la inferencia y del desempeño de rol. Al desempeñar éste, ejecutamos realmente ciertas conductas. De ellas es posible inferir nuestros estados internos; podemos hacer inferencias de nuestra propia conducta que se ajusten a la de otra persona.

Este proceso de *asunción de rol - inferencia - asunción de rol - inferencia* prosigue continuamente. A ello nos referimos cuando decimos que el hombre es ajustable, adaptable, capaz de modificar su conducta para ajustarse a la situación, al medio social en el cual se encuentra. Desarrolla expectativas asumiendo el rol de otros o haciendo inferencias sobre sí mismo, o ambas cosas.

¿Cuándo hallamos frecuentemente necesario re-definir el “sí mismo”? Cuando entramos a formar parte de una nueva situación social, de un nuevo grupo, de un distinto medio social. Por ejemplo, al ingresar un adolescente en la universidad, se halla en una nueva situación social. Sus inferencias sobre los demás ya no siguen siendo válidas. Hace predicciones falsas, tiene expectativas confusas. A menudo comienza a preguntarse a sí mismo quién es.

¿Qué hace entonces el adolescente? Revierte su asunción de rol a menudo a un estado más primitivo. Empieza a imitar sin sentido la conducta de los demás. Gradualmente asume el rol de otros (estudiantes, maestros, etcétera) y es capaz de ponerse en el lugar de otras personas, de verse a sí mismo a través de los ojos de éstas. Al hacerlo así desarrolla un nuevo concepto del “otro generalizado”, un nuevo conjunto de expectativas sobre su propia conducta. Redefine el “sí mismo” y empieza a conducirse de acuerdo con su nueva definición.

Este tipo de proceso nos es exigido muchas veces en la vida. Cuando entramos a for-

mar parte de la nueva comunidad, cuando nos unimos a un nuevo grupo, cuando viajamos hacia una cultura distinta, nuestro poder de predicción se debilita. Se nos hace difícil hacer inferencias sobre las conductas de los demás. Si queremos actuar en forma efectiva en una situación social cambiante, necesitamos ser capaces de poder asumir el papel de otras personas, de redefinirnos. En parte, esto constituye el signo del hombre adaptado.

Interacción: objetivo de la comunicación humana

Una de las condiciones indispensables para la comunicación humana es que exista una relación interdependiente entre la fuente y el receptor. Cada uno de éstos afecta al otro. A cierto nivel de análisis, la comunicación implica tan solo una interdependencia física; esto es, la fuente y el receptor son conceptos diádicos; cada uno necesita del otro incluso para su definición y existencia.

En un segundo nivel de complejidad, la interdependencia puede ser analizada como una secuencia de acción-reacción. Un mensaje inicial influye en la respuesta que le es hecha, y ésta, a su vez, en la subsiguiente, etcétera. Las respuestas ejercen influencia sobre las subsiguientes porque son utilizadas como *feedback* por los comunicadores, como una información que les ayuda a poder determinar si están logrando el efecto deseado.

En un tercer nivel de complejidad, el análisis de la comunicación se refiere a las habilidades de empatía, a la interdependencia producida por las expectativas sobre la forma en que otros habrán de responder a un mensaje. La empatía designa el proceso en el cual nos proyectamos dentro de los estados internos o personalidades de los demás, con el fin de poder prever la forma en que se habrán de conducir. Inferimos los estados internos de otros comparándolos con nuestras propias predisposiciones y actitudes.

Al mismo tiempo entramos a desempeñar un rol. Tratamos de ponernos en el lugar de la otra persona, de percibir el mundo de la misma manera que ésta. Al hacerlo así desarrollamos el concepto del “sí mismo” que usamos para llevar a cabo inferencias sobre otros. Al comunicarnos entre nosotros, dejamos de hacer inferencias para asumir un rol como base para nuestras predicciones. Las expectativas de la fuente y del receptor son interdependientes. Cada una afecta a la otra, cada una se desarrolla, en parte, por medio de la otra.

El último nivel de complejidad interdependiente es la interacción. El término *interacción* designa el proceso de la asunción de rol recíproca, del desempeño mutuo de conductas empáticas. *Si dos individuos hacen inferencias sobre sus propios roles y asumen al mismo tiempo el rol del otro y si su conducta comunicativa depende de la recíproca asunción de roles, en tal caso se están comunicando por medio de la interacción mutua.*

La interacción difiere de la acción-reacción en que los actos de cada uno de los participantes de la comunicación se hallan interrelacionados, en que influyen unos en otros a través del desarrollo de hipótesis sobre cuál será el resultado de esos actos, en qué se ajustan a los propósitos de la fuente y del receptor, etcétera.

El concepto de interacción es primordial para una comprensión del concepto de proceso en la comunicación. La comunicación representa el intento de unificar dos organismos, de llenar la brecha entre dos individuos por medio de la emisión y recepción de mensajes que tengan un significado para ambos. En el mejor de los casos, ésta es una tarea imposible. La comunicación interactiva se acerca a este ideal.

Cuando dos personas interactúan, se colocan en el lugar del otro, tratan de percibir el mundo en la misma forma en que lo hace el otro, procuran prever de qué manera habrá de responder aquél. La interacción implica la asunción recíproca de un rol, el empleo mutuo de habilidades empáticas. El objeto de la interacción es obtener una perfecta combinación de sí mismo y del otro, una capacidad total de saber anticipar, predecir y conducirse de acuerdo con las mutuas necesidades de sí mismo y del otro.

Podemos decir que la interacción es el ideal de la comunicación, el fin hacia donde tiende la comunicación humana. Esta comunicación no es interaccional en su totalidad, o al menos no enfatiza este nivel de interdependencia. Como podremos comprobar en el próximo capítulo, una parte importante de nuestra conducta social se compone de intentos

tendientes a encontrar sustitutos para la interacción y bases que consuman menor energía para la comunicación.

Podemos comunicarnos sin llegar a un punto apreciable de interacción. Sin embargo, mientras no hallemos en una situación interaccional nuestra efectividad, nuestra capacidad de afectar y ser afectados por los demás aumentará. A medida que la interacción crece, las expectativas se hacen perfectamente interdependientes. Los conceptos de fuente y receptor como entidades separadas pierden su significado, en tanto que el concepto de proceso se vuelve claro.

Sugerencias para la reflexión y la discusión

1. Durante el transcurso de las próximas 24 horas trate de hallar ejemplos de comunicación que destaquen cada uno de los cuatro niveles de la interdependencia comunicativa. Desarrolle un método que determine qué nivel es realizado; por ejemplo, ¿en qué forma decidirá usted si una determinada situación destaca a uno o a otro?
2. El término *feedback* implica un punto de vista. Discuta esta tesis haciendo hincapié sobre las ventajas y desventajas que puede verificar una fuente utilizando este concepto para analizar su propia comunicación.
3. Piense en alguien a quien "conozca" bastante bien. Enumere todas las predicciones que pueda acerca de su conducta. Imagine distintas situaciones y trate de prever cómo reaccionaría esta persona en cada una de ellas. Ponga algunas a prueba, observando qué conducta muestra en distintas situaciones. Calcule hasta qué punto estuvo acertado en sus predicciones. En los casos en que se equivocó, especule sobre los motivos de su error.
4. Hay un antiguo proverbio que expresa: "Dime con quién andas y te diré quién eres". Dentro del contexto de la asunción de roles como determinante del concepto de sí mismo, discuta las implicaciones de este proverbio. ¿Lo cree exacto? Defienda su respuesta.

Bibliografía citada

(¹) La fuente principal de esta teoría es la obra de Solomon Asch, *Social Psychology*, Prentice-Hall, 1952, págs. 139-169.

(²) La fuente más importante de esta teoría es el trabajo de George H. Mead. Gran parte de la exposición está tomada de *Mind, Self and Society*, University of Chicago Press, 1934.

Sistemas sociales. Matriz de la comunicación

Hemos establecido la tesis de que el hombre desea influir en el medio que lo rodea, en su propio desarrollo y en la conducta de los demás. El hombre no es un animal que pueda bastarse a sí mismo. Necesita comunicarse con los otros para poder influir en la conducta de los demás, de acuerdo con sus propósitos. Al comunicarnos tenemos que prever cómo se habrán de conducir las otras personas. Desarrollamos expectativas con respecto a los demás y sobre nosotros mismos. Para hacerlo es preciso aumentar nuestra capacidad empática y la capacidad de proyectarnos en la personalidad de otro. Podemos intentar interactuar con otros. Hemos definido la interacción como la meta de la comunicación.

Si las habilidades y la experiencia requeridas están presentes, la comunicación puede implicar la interacción, la reciprocidad de la asunción de un rol. El desempeño de un rol, la empatía y la interacción son herramientas valiosas para mejorar la efectividad de la comunicación; pero aun así tienen, por lo menos, dos puntos débiles.

En primer lugar, la asunción de un rol o la interacción exigen el gasto de una gran cantidad de energía. El hecho de interpretar continuamente el mundo desde un punto de vista ajeno es una operación que demanda mucho tiempo. Al entrar a formar parte de situaciones sociales que no nos son conocidas, nos fatigamos físicamente como resultado de este tipo de esfuerzo. Llegar a "conocer" a la gente representa trabajo. El consumo de energías del individuo es enorme. Por ello podríamos predecir que el individuo tratará de conservar sus energías y hallar otro medio de prever las cosas utilizando un método que implique un menor esfuerzo. *El primer punto débil de la interacción para que ésta pueda servir de base a la predicción es que consume demasiada energía.*

El segundo punto débil de las predicciones empáticas es que exigen muchos requisitos que a menudo no se cumplen. En otras palabras: el éxito que podamos obtener al proyectarnos en las personalidades de los demás se ve complicado por factores que afectan la empatía. La mayor seguridad de éxito al hacer predicciones basadas sobre la asunción de un rol se apoya sobre las presunciones siguientes:

1. Que no nos estamos comunicando con una gran cantidad de gente.
2. Que hemos tenido una experiencia previa con esa gente que nos proporciona una base para hacer predicciones con respecto a ella.
3. Que somos sensibles a la conducta humana; esto es, que tenemos habilidades empáticas.
4. Que estamos motivados (dispuestos a gastar energía) a interactuar.