



## Los cinco axiomas de la comunicación de Paul Watzlawick

Hay mucha comunicación por debajo del nivel de conciencia. Los cinco axiomas de la comunicación, formulados por Paul Watzlawick, describen los procesos de comunicación que tienen lugar durante la interacción. Watzlawick fue un psicólogo y teórico de la comunicación, que definió cinco axiomas básicos como base de su trabajo.

### **Sus axiomas también ayudan a explicar cómo pueden producirse malentendidos y conflictos.**

Axioma 1: “**No se puede no comunicar**”

Axioma 2: “**Toda comunicación tiene contenido**”

Axioma 3: “**La comunicación es puntuada**”

Axioma 4: “**La comunicación implica modalidades digitales y analógicas**”

Axioma 5: “**La comunicación puede ser simétrica o complementaria**”

### **Axioma 1: “No se puede no comunicar”**

Gran parte de la comunicación se produce a nivel inconsciente. En cuanto dos personas se perciben mutuamente, empiezan a comunicarse. Cualquier comportamiento perceptible, incluida la ausencia de acción, tiene el potencial de ser interpretado por otras personas como si tuviera algún significado. En otras palabras, nos comunicamos incluso cuando no queremos hacerlo.

### **Hágase las siguientes preguntas:**

- ¿Qué comunica con su ausencia de acción?
- ¿Qué les dice a sus compañeros cuando está callado y no expresa sus ideas?

- ¿Empieza a comunicarse en cuanto está en el rango de visión y audición de otra persona?
- ¿Es realmente consciente de cuándo empieza la comunicación?

### **Axioma 2: “Toda comunicación tiene contenido”**

Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y otro de relación, de manera que el segundo clasifica al primero, y es por tanto una metacomunicación; una comunicación secundaria sobre cómo se pretende interpretar una información.

Por ejemplo, comunicarse con un amigo es diferente a hacerlo con un conocido o un desconocido. Al dar una opinión a un amigo, podría utilizar palabras que podrían considerarse ofensivas y, sin embargo, su opinión sería aceptada con bastante agrado. Sin embargo, si utiliza esas mismas palabras al dar una opinión a un colega lejano, podría ser considerado descortés y podría dejar una impresión negativa en esa persona.

Del mismo modo, ser descortés con un amigo cuando otra persona está presente, podría dar una impresión negativa a la tercera persona. La otra persona lo escucha desde fuera de la relación con su amigo, y puede malinterpretar el mensaje.

### **Hágase las siguientes preguntas:**

- ¿Las palabras que elige son adecuadas para el contexto y las personas presentes?
- ¿Es consciente del aspecto relacional de sus comunicaciones?
- ¿Está seguro de que las palabras que utiliza no se salen del nivel de comunicación que comparte con su oyente?

### **Axioma 3: “La comunicación es puntuada”**

La naturaleza de una relación depende de la puntuación de los procedimientos de comunicación de los socios. En otras palabras, Watzlawick sugirió que lo bueno o lo malo de una relación depende de cómo las partes implicadas descifran las intenciones, las acciones o la forma de comunicarse de la otra.

En este contexto, la puntuación se refiere al proceso de organizar los grupos de mensajes en significados. Todas las partes implicadas estructuran el flujo de comunicación de forma diferente y, por tanto, interpretan su propio comportamiento durante la comunicación como una mera reacción al comportamiento del otro.

Por ejemplo, digamos que tiene una conversación con un colega. La conversación lo hace sentir mal, pero no le dice cómo se siente. La próxima vez que vea a este colega, puede que actúe de forma incómoda o diferente a su lado. Su colega podría entonces darse cuenta de que usted está molesto por algo. Usted ha puntuado sus sentimientos con su comportamiento. Sin

embargo, su colega podría pensar que se ha alterado recientemente. Es posible que se sientan incómodos porque piensan que está molesto por una razón desconocida. Esto, a su vez, hace que usted se sienta molesto.

En este ejemplo, las interacciones crean un bucle cíclico de causa y efecto porque no hay un verdadero diálogo que les permita a usted y a su colega ver lo que realmente está sucediendo. Al comprender este axioma, puede romper este bucle de comunicación. Por ejemplo;

Usted: *“Cuando hablamos el otro día, no me gustó lo que me dijiste y me molesté. Por eso me sentía incómodo a tu alrededor”.*

Su colega: *“De verdad, no me he dado cuenta de eso, ¿qué es lo que te ha molestado exactamente?”*

Este simple diálogo actuaría como una especie de metacomunicación para romper el bucle sin fin.

#### **Axioma 4: “La comunicación implica modalidades digitales y analógicas”**

La comunicación humana implica tanto modalidades digitales como analógicas. El modo digital es lo que la persona dice lo que sus palabras realmente significan. Mientras que el modo analógico tiene que ver con la forma en que se dice algo o las señales no verbales que lo acompañan.

A veces podemos enviar dos mensajes opuestos a la vez y esto puede provocar malentendidos y conflictos. Cuando una persona envía un mensaje con información verbal, paraverbal y no verbal contradictoria, se tiende a creer la no verbal.

El truco está en ser coherente. Si está seguro de algo, asegúrese de respaldar sus palabras con el tono, el timbre y el ritmo de su voz, así como con su lenguaje corporal.

#### **Axioma 5: “La comunicación puede ser simétrica o complementaria”**

Los procedimientos de comunicación interhumana son simétricos o complementarios, dependiendo de si la relación de los interlocutores se basa en las diferencias o en la paridad.

Una relación simétrica es aquella en la que todos se comportan como iguales, desde una perspectiva de poder. Si una relación simétrica se va de las manos, ambas partes pueden acabar atacándose mutuamente en una lucha de poder.

Una relación complementaria, en cambio, es una relación de poder desigual, como padre-hijo, jefe-empleado, líder-seguidor. Si una relación complementaria se va de las manos, la disparidad aumentará con el tiempo. Los poderosos pueden volverse más tiranos, mientras que los sumisos verán aún más limitadas sus oportunidades de participación.