Video para presentar

<https://www.youtube.com/watch?v=QWCoCZAdQAU&ab_channel=InstitutodePsicoterapiaEstrat%C3%A9gica>

<https://www.youtube.com/watch?v=razOa4jyaYA&ab_channel=MarichuDiamantosa>

**Comunicarse es transmitir una información o mensaje a través de un código conocido por quienes forman parte del acto comunicativo**, y es algo fundamental en la naturaleza ya que permite nuestra supervivencia (tanto en nosotros como en otros seres vivos).

Sin embargo, y tal y como podemos ver en la existencia de múltiples idiomas, no todos compartimos los mismos códigos, con lo que comprender lo que los demás nos dicen puede llegar a ser difícil.

Pese a ello, lo cierto es que aunque tengamos idiomas, símbolos y maneras de expresarnos diferentes es posible observar una serie de similitudes en la manera en que nuestros códigos funcionan. Dichas similitudes han sido objeto de estudio por parte de numerosos autores y han servido de base para la creación de teorías de la comunicación y el lenguaje. **Una de ellas, la de Watzlawick, Beavin y Jackson, propone que existen diferentes axiomas de la comunicación**.

¿Qué y cuáles son estos axiomas? Veámoslo a lo largo de este artículo.

**Axiomas de la comunicación: ¿qué son?**

**Conocemos como axiomas de la comunicación al conjunto de principios o leyes consideradas verdaderas y universales** y que rigen la totalidad de intercambios comunicativos, independientemente de entre qué tipo o número de interlocutores se de la comunicación.

Estos fueron propuestos por [**Watzlawick**](https://psicologiaymente.com/social/teoria-comunicacion-humana-paul-watzlawick), Beavin y Jackson en su teoría de la comunicación humana, en la que analizaron la parte más pragmática del lenguaje (la manera en que la comunicación puede afectar a la conducta humana) y visualizaron la existencia de cinco grandes principios o axiomas que se toman como verdaderos y se cumplen siempre.

Así, cada vez que hablamos con una persona, animal o incluso nosotros mismos estamos estableciendo un diálogo en el que siempre se van a cumplir unos pocos principios básicos, incluso aunque pretendamos lo contrario. Los axiomas de la comunicación obedecen a la propia estructura y forma del [**lenguaje**](https://psicologiaymente.com/psicologia/niveles-de-la-lengua) y acto comunicativo, y permiten entre otras cosas dotar de significado y comprender cualitativamente la comunicación humana.

Ahora bien, es necesario tener en cuenta que aunque estos principios se den en toda comunicación su significado no tiene porqué ser siempre el mismo. Y es que estos principios son generales pero no tienen en cuenta el importante papel que tiene la cultura a la hora de explicar el significado de nuestros actos comunicativos: **cada cultura tiene su propia perspectiva y manera de ver el mundo, incluyendo la manera de expresarse** y el significado que le da a cada aspecto de la comunicación.

**Un conocimiento importante**

Los axiomas de la comunicación y su conocimiento suponen una gran ventaja: nos pueden ayudar a comprender cómo las diferentes personas o incluso animales (si bien la teoría de Watzlawick es la de la comunicación humana, podría ser aplicable en otros seres) interaccionan y envían información a sus semejantes, y empezar a trabajar a partir de esta comprensión en maneras de expresar o enviar la información o modificar patrones de comunicación desadaptativos o incluso patológicos.

En este sentido puede permitir llegar a trabajar en ámbitos como la psicología (no solo a nivel teórico sino también en terapia, como en el caso de la terapia familiar o la de pareja), la pedagogía, la empresa o incluso el [**marketing y la publicidad**](https://psicologiaymente.com/reflexiones/frases-marketing).

**Los cinco axiomas de la comunicación**

Watzlawick, Beavin y Jackson propusieron un total de cinco axiomas de la comunicación, los cuáles podemos observar a continuación.

**1. Es imposible no comunicar / todo comportamiento es comunicativo**

**El primero de los axiomas de la comunicación establece que nos es imposible no comunicar**, independientemente de nuestra capacidad o voluntad. Y es que comunicarse no es sólo hablar o no hablar: todo acto que hacemos, o incluso los que no hacemos, tiene un significado que puede ser percibido o interpretado y alterar el comportamiento de los receptores.

Incluso el silencio es comunicativo: que una persona esté en silencio y no hable puede implicar que no quiere hablar con nosotros o decir algo, que está incómodo ante un tema o persona concreta, que no se ha percatado o no le importa nuestra presencia o que está reflexionando o descansando, por ejemplo.

**2. La interacción entre contenido y relación**

El segundo de los axiomas establece que **el mensaje transmitido va a ser interpretado por el oyente o el receptor en función a la relación que mantenga con el emisor**. Así, la relación entre los actores o agentes del intercambio comunicativo va a marcar cómo debe entenderse el contenido de mensaje, de manera que el contenido va a poder tener significados distintos en función de quién lo diga. La relación pasa a ser un elemento metacomunicativo, ya que dirige la manera en que el contenido va a ser interpretado.

Por poner un ejemplo fácil de entender, no es lo mismo que nos diga “estás en la calle” un amigo (que nos puede estar diciendo literalmente dónde estás) o nuestro jefe (en este caso se está produciendo un despido).

**3. Puntuación de secuencia en los hechos**

**El tercero de los axiomas establece que todo tipo de interacción comunicativa se da de manera bidireccional**: el emisor y el receptor se afectan mutuamente, generando el uno una reacción en el otro y generando una secuencia determinada.

Si bien ocurre en todas las conversaciones, un ejemplo muy sencillo de ver es lo que ocurre por ejemplo en las discusiones, en que el conflicto puede ir escalando al reaccionar uno a los mensajes del otro.

**4. Comunicación digital y analógica**

El cuarto axioma establece que a la hora de comunicarnos utilizamos y tenemos en cuenta tanto la comunicación digital como la analógica, es decir, tanto lo que se dice (generalmente lo verbal) como la manera en que se dice (no verbal). Así, **hay que valorar tanto las palabras como otros aspectos tales como los gestos, el tono, la distancia y la posición**.

En este sentido, podemos interpretar cosas muy diferentes si alguien nos dice “llegas pronto” sonriendo o si nos lo dice enfurruñado, con los brazos en jarras y dando golpecitos con el pie.

**5. Simetría y complementariedad en las interacciones**

El último de los axiomas propuestos es especialmente relevante en el ámbito organizacional, y **establece que hay que tener en cuenta que puede haber relaciones de simetría o complementariedad en las relaciones comunicativas**, según si todos tienen el mismo rol o posición de poder o bien dicha relación es desigual.

Así, existen actos comunicativos en los que una persona dirige el intercambio desde una posición de superioridad (algo que hace el intercambio más restringido especialmente para quien tiene la posición inferior) mientras que en otros más simétricos la comunicación es mucho más bidireccional y abierto. Estos diferentes tipos de relación pueden marcar en gran medida la funcionalidad y los resultados del intercambio comunicativo. Ninguna de ellas es intrínsecamente positiva o negativa, sino que pueden tener diferente utilidad según en qué situaciones.

Por ejemplo, en una relación de pareja simétrica ambos miembros podrán expresarse en igualdad de condiciones y pactar cómo y hacia dónde va su relación, mientras que en una relación jefe-empleado será el primero el que decidirá hacia dónde va la empresa.