

18. Comunicación y Trabajo Social

Manuel Hernández Hernández

«En la investigación ecológica, los principales efectos son probablemente interacciones»

BRONFENBRENNER, 1979.

1. Introducción

Amaia estaba cansada. Toda la mañana la había dedicado a escuchar a personas y a conversar con ellas. Había revisado su correo electrónico y se enfadó porque Luis todavía no le había enviado el presupuesto. Le llamó por teléfono, pero estaba comunicando. Pensó que le vendría bien un café y preguntó a sus compañeros Dácil y Jaime si la acompañaban. Éste era un momento de la jornada que le resultaba muy gratificante. Necesitaba un rato de comunicación informal, ya que después tenía una reunión muy complicada con unos empresarios para sacar adelante el Programa de Inserción Sociolaboral. Además tenía una entrevista con una radio local, por lo de la Campaña de Salud. Por cierto, tenía que encontrar un hueco para terminar de elaborar la Memoria del Proyecto de Prevención del Fracaso Escolar. ¿Le ayudará Jaime si le promete echarle una mano en la preparación del encuentro de políticos y técnicos?

Amaia es una trabajadora social y continuamente está relacionándose, formal e informalmente, con otras personas (usuarios del servicio, otros técnicos, políticos...). Sus contactos con otros seres humanos no se limitan a hablar y escuchar, sino que también requieren el uso de estrategias y de conocimientos para maximizar la eficacia y eficiencia de su trabajo. Tiene que preparar sus reuniones con los empresarios, llamar por teléfono a profesionales de otros recursos y ha de elaborar sus informes, proyectos o memorias de manera que resulten atractivos y claros para conseguir los fines que se ha propuesto y obtener financiación, apoyo material, recursos huma-

nos, etc. Amaia no sólo utiliza procedimientos directos de comunicación. También emplea vías indirectas como la radio, la prensa o la televisión para comunicarse con la población. Esta trabajadora social se ve expuesta, en su condición de persona y de profesional, a múltiples interacciones. Como un componente más de los sistemas de los que forma parte, puede desempeñar un papel activo, catalizador y dinamizador de nuevas y más positivas transacciones entre los elementos de las redes. Su contribución puede ser muy beneficiosa si consigue —con otros actores— desarrollar formas de organización social más equilibradas y sanas.

A lo largo de este capítulo, se ofrecerán al alumno que se acerca al conocimiento de este tipo de temas algunas pistas que puedan ser útiles para su trabajo. El menú está integrado por definiciones acerca de lo que se entiende por comunicación, además de analizar los elementos que la integran y su proceso de configuración, y se comentan, como no podía ser de otra manera, los tipos o formas de comunicación más relevantes. Para que el apetito del alumno curioso quede satisfecho se incluyen, en la carta, succulentos manjares, como la justificación o importancia de la comunicación para el Trabajo Social, los factores que la mejoran y los objetivos que debe perseguir toda comunicación efectiva. Una *delicatessen* que se reserva para paladares inquietos es la dedicada al informe, la historia y la ficha social. Es deseo del que elabora estos platos que disfruten los comensales. Buen apetito.

2. Concepto y requisitos de la comunicación

Cuando el autobús llega a su parada, Amaia decide dar un paseo. ¡Está la tarde tan agradable! Luce el sol y los árboles están engalanados con sus hojas verdes. Los niños corren y todo parece sonreír a su alrededor. Se sienta en un banco, cierra los ojos y deja que el sol le acaricie la cara. Parece como si todo tuviera sentido. ¿Cómo se llamaba el «tío» que había dicho que todo estaba conectado en el universo? Se sintió parte de una red de interacciones y se alegró. Tal vez ella estaba en este mundo para descubrir sus posibilidades. Había estudiado esta carrera, pero tenía todavía mucho que aprender. Por ejemplo, ¿cómo conseguir convencer a unos empresarios de la utilidad del programa de inserción? Se dio cuenta de que, en su trabajo y en su vida personal, siempre estaba relacionándose con personas. Reparó en que guardaba en su bolso un folleto de un curso sobre comunicación. ¿Valdría la pena?

2.1 Concepto

Es muy probable que Amaia se haya planteado, en varias ocasiones, en qué consiste la comunicación. En este apartado se va a intentar precisar este concepto.

Según el Diccionario Anaya de la Lengua, el término proviene del latín *communicatio*, *-onis* y tiene varias acepciones. En relación a nuestro tema, significa «acción de comunicar», «medios para transmitir una información o para establecer un contacto...» e «intercambio de mensajes a través de un canal y mediante un código que es común al emisor y al receptor». El verbo «comunicar» proviene del latín *communicare* = compartir, tener comunicaciones. Presenta, también, diversas acepciones: «informar, dar a conocer algo», «hablar, conversar, tratar con una persona», «consultar un asunto con alguien» o «hacer a otros partícipes de lo que se tiene».

Brooks y Heath (1985: 8) señalan que la comunicación es el proceso por el cual se comparten informaciones, significados y sentimientos entre personas a través del intercambio de mensajes verbales y no verbales. La comunicación también puede ser entendida como el proceso de creación de significados y de intercambio de mensajes con un propósito y que se efectúa por dos o más personas que interactúan gracias a un código compartido. Berlo (1969) precisa que «sólo los mensajes son transmisibles y los significados están en las personas que utilizan el mensaje y no en el propio mensaje» (Musitu, Berjano, Gracia, García, Martínez y Estarellés, 1987: 27). Una aproximación muy interesante al concepto es la que sugiere Mayor (1983: 255) tras realizar un análisis profundo de 124 definiciones: «La comunicación es el intercambio significativo entre dos sistemas interactivos». Su valor se halla en que sintetiza la estructura del proceso comunicativo, con todos los *elementos* esenciales de la comunicación (la fuente y el destinatario, el mensaje, el canal, el código y el contexto) y sus *relaciones*.

Sin comunicación no es posible el ser humano y la sociedad. «La comunicación puede considerarse como algo vicario, instrumental, que está al servicio de la interacción y la supervivencia en un medio social, pero también puede considerarse como proceso sustancial y constitutivo —especialmente en los sujetos humanos— puesto que la verdadera existencia y realidad del hombre sólo se da en la comunicación...» (Mayor, 1997: 314).

Las modalidades de comunicación son numerosas y variadas. Se distingue entre comunicación humana y no humana, entre comunicación verbal y no verbal, entre comunicación formal e informal, comunicación intrapersonal, interpersonal, en pequeños grupos... La comunicación está integrada por dimensiones cognitivas, emocionales y conativas o comportamentales. Es pensamiento, sentimiento, conducta e interacción. El buen profesional de la intervención social, que quiera conseguir el máximo aprovechamiento del potencial comunicacional, debe abordar estas esferas y tener en cuenta que tanto la comunicación verbal como la no verbal aportan significados que deben estar en concordancia. Junto al lenguaje hay un metalenguaje —un discurso del discurso— en el que los interlocutores, muchas veces de forma no consciente, participan. Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y otro relacional. El segundo clasifica al primero y es metacomunicación (comunicación de la comunicación) (Hernández, 1991: 122).

Cualquier conversación puede ser analizada en función de dos variables: grado de *distribución del poder* de la relación y grado de *cooperación* o *competitividad*.

En los estudios hay acuerdo sustancial sobre la existencia de dos funciones primarias en la comunicación: la determinación de la distribución de control comunicativo en una relación y el nivel de mensajes afiliativos que la caracterizará. Han sido identificadas otras funciones (véanse Robinson, 1972; Wiemann y Kelly, 1981), por ejemplo la expresión de empatía o la orientación de la tarea, que siendo importantes parecen subordinadas al control y a la afiliación (Wiemann y Giles, en Hewstone *et al.*, 1991: 205).

Estas dos dimensiones principales pueden representarse gráficamente en dos ejes de coordenadas: la dimensión de igualdad/desigualdad y la relativa a cooperación-amistad/competitividad-hostilidad.

2.2 Requisitos

Para que la comunicación se pueda producir y explote todo su potencial, debe acogerse a una serie de requisitos sin los cuales pierde su sentido. El Trabajo Social, por su naturaleza, establece una impronta en la manera de enfocar los procesos comunicacionales.

1. *Igualdad o simetría*. No es posible el diálogo desde la desigualdad. Uno de los objetivos centrales de la profesión es el de construir dinámicas sociales —y, por ende, relaciones o procesos de comunicación— más democráticas. Se pretende, con ello, configurar estructuras más participativas, que doten a los sujetos de competencias y poder. La relación entre un trabajador social o un psicólogo y un ciudadano, usuario de un servicio, no suele ser simétrica. Es una relación de poder, desigualmente distribuido o descompensado. «Las fuentes de poder son la capacidad de recompensar o castigar, la posesión de características valoradas, la posesión de conocimientos de experto y la posesión de habilidades de influencia social» (Argyle, en Hewstone *et al.*, 1991: 236). Esa diferencia puede dificultar, y de hecho lo hace, la comunicación. Ese diseño de nuevas formas de relación, que debe perseguir el Trabajo Social, no puede efectuarse sin entrenar gradualmente a los sujetos en la toma racional de decisiones y sin el compromiso y la responsabilidad de los interactuantes. Ofrecer posibilidades y facilitar el acceso a beneficios o reconocer derechos sin proporcionar herramientas para prevenir las consecuencias negativas, garantizar el control efectivo de los costes y el cumplimiento de los deberes es una ingenuidad muy peligrosa. Hay que evitar que la intervención de los profesionales

se convierta en una variable generadora de problemática o de marginación.

2. *Bimultidireccionalidad*. Los planteamientos fundamentalmente unidireccionales condenan al otro a la pasividad y a la dependencia. La interacción o el diálogo entre el trabajador social y el ciudadano no puede ser un monólogo o un interrogatorio. Conviene que se ensayen métodos más participativos, que doten a los individuos de competencias, en procesos de *empowerment*. El modelo de interacción que se propone (democrático y de búsqueda) es diferente del tradicional (jerárquico y de espera). Es una conversación (del latín *conversari* = vivir en compañía), un encuentro entre dos o más personas que se realiza con una finalidad y un método pero que pretende, por encima de todo, hacer posible el intercambio simbólico de representaciones de sujetos únicos e irrepetibles.
3. *Respeto y valoración positiva de los actores*. No es posible el diálogo auténtico y abierto si se invalida o no se reconoce a los interlocutores. Una actitud o predisposición negativa por parte del profesional dificulta la comunicación. ¿Qué *feedback* puede proporcionar el cliente si se le condena antes del juicio, sin posibilidad de defensa activa? Si se parte de la premisa de que el otro actúa con mala fe o con intención de no colaborar, se cierran las posibilidades de encuentro fructífero. En ese sentido, el movimiento de salud comunitaria, el modelo sistémico o las teorías cognitivo-conductuales ofrecen una perspectiva esperanzadora. «Los comportamientos se aprenden» (Costa y López, 1986: 72). La forma de actuar que tienen los individuos depende de los aprendizajes (Bandura y Walters, 2002), del reforzamiento de comportamientos positivos o negativos, de los modelos sociales dominantes, de los escenarios de conducta y de factores supraindividuales y sociales. Naturalmente, el sujeto no es un mero receptor o transmisor de influencias. Existe una responsabilidad individual, un margen de decisión personal, pero, en ocasiones, los obstáculos son de una magnitud que llevan al sujeto a rendirse o a buscar vías funcionales no convenientes. Hay que evitar, por todos los medios, los procesos de «inculpación de la víctima» (Rappaport, 1977, en Costa y López, 1986: 51), tan conocidos por las mujeres agredidas (¿no habrás hecho tú algo para provocar al agresor?) o por los niños que tienen un profesor que fracasa como docente (¿por qué no te esfuerzas más en atender?). Incluso el marido agresor o el docente inexperto deben ser respetados (no así su comportamiento). La acción profesional no puede producir una doble victimización o la sensación de «indefensión o resignación aprendida» (Abramson, Seligman y Teasdale, 1978, en Costa y López, 1986: 91). La percepción de control sobre las circunstancias vitales mitiga el efecto adverso que éstas puedan tener (Stern, McCants y Petine, 1982, en Costa y López, 1986: 110).

4. *Sinceridad.* La reconstrucción de la comunicación, de las relaciones sanas entre individuos, del valor de la palabra y de los tejidos sociales deteriorados es uno de los objetivos de la intervención social. La cultura dominante debilita a la sociedad civil, que tampoco encuentra en el Estado y en la democracia representativa referentes creíbles. La desconfianza es un virus corrosivo de la cohesión social, que tiene sentido en la medida en que el ciudadano percibe que las narraciones de los constructores de opinión pública tienen trampa. Las mentiras de los clientes son ingenuos mecanismos de defensa y comportamientos imitativos, en gran medida de escasa importancia, ante los engaños y los ejemplos que proporcionan los sectores que dominan la sociedad. La intervención social profesional es sospechosa de complicidad si sólo opera sobre los individuos y las consecuencias o síntomas de disfunción y no sobre las causas y las estructuras generadoras de desigualdad y, por lo tanto, de problemática social. Esa recuperación del valor de la palabra y de la voz de los ciudadanos no puede consistir, únicamente, en intervenciones microsociales (individuo a individuo), sino en operaciones quirúrgicas de mayor alcance. Supone, por lo tanto, una acción destinada a favorecer la no concentración de medios de comunicación en manos de unos pocos, a exigir que los medios públicos lo sean de verdad, a multiplicar los periódicos, radios y televisiones verdaderamente comunitarias y a potenciar el uso y conocimiento de las nuevas tecnologías por la población (Internet, por ejemplo). No es posible una sociedad libre sin individuos libres, con pensamiento independiente, y no puede existir pensamiento libre sin información plural y sin medios de comunicación auténticamente democráticos. Significa, también, la apuesta decidida de los profesionales de lo social por un modelo de sociedad diferente del actual. ¿Cómo dar voz a los sin voz si los profesionales no recuperan, también, su independencia y su palabra? En eso consiste la sinceridad, y no en decirle crudamente a unos padres que se promueve la declaración de desamparo de los hijos porque *son malos padres*.
5. *Confidencialidad.* Es un hecho, difícilmente ignorable, que de los ciudadanos se extrae abundante información. «Aun antes de nacer nuestros hijos, ya se acumulan datos sobre ellos. A lo largo de sus vidas, innumerables organizaciones públicas y privadas depositarán información de todo tipo en sus correspondientes archivos» (Hernández, 1998: 59). Los riesgos que presenta una acumulación exponencial de información sensible de los ciudadanos son cada vez más elevados y evidentes merced al desarrollo tecnológico. ¿Qué contribución realizan los trabajadores sociales, los sociólogos y los psicólogos, por ejemplo, en relación a este problema social? ¿Por qué se inmiscuyen, con tanta alegría, en la privacidad de las víctimas so-

- ciales? ¿Por qué no estudian más los comportamientos anómalos y patológicos de los estratos altos de la sociedad? Varias cuestiones deben ser formuladas a la hora de iniciar un proceso de investigación de la realidad: ¿qué necesito saber?, ¿para qué? y ¿para quién? Desde una perspectiva promocional, la información extraída debe beneficiar a la población y no convertirse en pretexto para el control social. Sin embargo, la información sobre las necesidades y problemas de la población es imprescindible para planificar políticas y medidas preventivas o asistenciales. Para que se haga un buen uso de esa información es preciso garantizar la confidencialidad de ciertos datos, posibilitar el acceso a las bases por parte del ciudadano afectado, hacer un tratamiento respetuoso de la información, ser cuidadosos con las transferencias de información a terceros, admitir la caducidad y la necesidad de destrucción de esa información cuando deja de ser útil para los ciudadanos (Hernández, 1991: 62-67).
6. *Racionalidad.* Para comunicarse de forma efectiva y para dotar a los sujetos de competencias comunicacionales es fundamental la formación. Comunicarse es posible gracias al aprendizaje. Para que la comunicación sea efectiva se requieren conocimientos, habilidades y actitudes, que se pueden entrenar y socializar. Si se quiere afirmar la fuerza de la razón frente a la razón de la fuerza, hay que dotarse de significados, de significantes y de fórmulas constructivas para relacionarse. La acción comunicacional del trabajador social debe hacerse desde la racionalidad. Eso quiere decir que, frente a planteamientos intuitivos poco fundamentados, se apuesta por intervenciones sustentadas en modelos teóricos probados y validados. Skinner señalaba, con acierto, que nada hay más práctico que una buena teoría. La acción social tiene que tener bases científicas. Lo contrario es sólo buena voluntad.
 7. *Equidad y justicia.* Para que la relación sea satisfactoria, tal y como proponen las teorías del intercambio, los actores han de «recibir recompensas proporcionales a su aportaciones» (Argyle, en Hewstone *et al.*, 1991: 226). Aunque parecen existir ciertas diferencias culturales, lo cierto es que la equidad o igualdad percibidas determinan, de alguna manera, la valoración acerca de la calidad de la relación. Sin justicia no hay trato posible, a menos que nos refiramos a contratos de imposición. El cambio de la situación de los clientes no puede descansar sólo en éstos. Es decir, el esfuerzo no debe recaer únicamente en los afectados. Debe existir un compromiso de acción por parte del profesional y un proyecto de transformaciones estructurales.
 8. *Cercanía percibida.* La semejanza percibida parece influir en el éxito de la interacción. El empleo de coterapeutas (ex alcohólicos, por ejemplo) es un recurso que ha demostrado cierta eficacia. El uso de

niños o adolescentes en funciones coeducadoras, en ocasiones, ha obtenido mejores resultados, en algunas tareas, que el empleo de adultos. Estos sujetos se configuran como modelos de conducta más fiables por su similitud. En la medida en que el profesional se acerca a la complejidad de los sujetos con los que trabaja y modifica su perfil para adaptarse a las particularidades de la realidad, mejora su capacidad de sintonización. Si se es consciente de las variables de cercanía y alejamiento (la edad, el género, el lenguaje, la vestimenta...), se puede maximizar la aceptación del cliente (ya sea éste empresario, político, ciudadano...). La cercanía percibida se puede modular. Si se tiene una entrevista con un político hay que utilizar ciertos códigos y símbolos. No se habla igual a los niños de 7 años que a los de 12, a los jóvenes que a los adultos. Tampoco es igual un dossier informativo, sobre un determinado tema, dirigido a técnicos, que otro destinado a periodistas o que a la población general. Saber utilizar distintos registros aumenta las posibilidades de acercar los mensajes a los diferentes segmentos de receptores.

9. *Empatía*. El refuerzo, materializado en sonrisas, apoyo emocional o valoraciones empáticas, produce simpatía, tal y como comprobó Jennings (1950) en un estudio realizado con chicas populares de un reformatorio. «No se sabe si estos beneficios (que se atribuyen a la comunicación) se deben al poder innato de las sonrisas y las miradas para activar los centros de placer, o a los beneficios de autoestima, la necesidad de ser amado, una necesidad de compañía, o algún otro proceso» (Argyle, en Hewstone *et al.*, 1991: 239-240). Tener empatía significa ponerse en el lugar de la otra persona. Supone escuchar y utilizar un código adecuado, además de facilitar la participación de los implicados. Es comprender las claves que llevan a un sujeto a percibir las cosas de una determinada manera. No para justificar lo que puede no tener razón, sino para saber explicar ciertos comportamientos y así operar con conocimiento de causa. Si se yerra en el diagnóstico (por déficit de información), se falla en el tratamiento.

3. Elementos y tipos de comunicación

Amaia había salido muy contenta de la primera sesión del curso de comunicación. Al día siguiente pudo observar, con detalle, en la reunión que mantuvo —con los centros de salud y con la Asociación de Enfermos de Riñón, para organizar una campaña de estimulación de la donación de órganos— los elementos de la comunicación. Quiso decirselo a Dácil, pero ella estaba muy liada con el diseño de la página web de la entidad. La verdad es que estaba quedando muy bien. ¿Ayudaría a mejorar la calidad de servicio?

Como pudo comprobar Amaia, cuando se analiza una interacción la mirada y la escucha del observador se concentran en: ¿quién dice qué a quién, a través de qué canal y con qué efecto? (Laswel, en Brezmes, 2001: 31). En síntesis, los elementos que integran el proceso comunicativo son los siguientes:

- a) *Comunicantes*: son los actores del proceso de comunicación, conocidos como emisor y receptor. Emisor es el que transmite el mensaje, y receptor, quien lo recibe. Actualmente se entiende que ambos protagonistas establecen un proceso de comunicación bidireccional.
- b) *Mensaje*. Es el contenido de la comunicación, lo que se quiere decir, lo que realmente se transmite, lo que el receptor descodifica y lo que se pierde.
- c) *Código*. Es el sistema de signos con los que se expresa la comunicación, por ejemplo el lenguaje utilizado por los sordos, el código morse, el castellano, el gallego, el inglés...
- d) *Canal*. Es el vehículo o medio de transmisión del mensaje. Generalmente, los canales son sensoriales, por ejemplo: el canal auditivo, el visual, el olfativo, el táctil... Hay autores, como Devito (1986) o Fiske (1982), que incorporan, dentro de este apartado, y en sentido amplio, el teléfono, la televisión y el periódico. Según este planteamiento, se consideran, también canales de transmisión de mensajes el correo electrónico, la radio e Internet. Para asegurar que los mensajes lleguen al destinatario, es conveniente multiplicar los canales de transmisión.
- e) *Contexto*. Es la realidad o situación determinada en la que se genera el mensaje o se produce la interacción. Puede ser un despacho, la sede de una asociación, el domicilio de un usuario, una plaza, un barrio...

En lo que respecta al Trabajo Social, se podrían identificar los siguientes elementos:

- a) *Comunicantes*: ciudadano (usuario, familiar, vecino...), técnicos, políticos, empresarios, grupos, asociaciones, organizaciones, instituciones, medios de comunicación...
- b) *Canales*: oral, escrito, imagen, radio, prensa, televisión, correo ordinario y electrónico, teléfono, intranet, Internet...
- c) *Mensajes*: informativos, formativos, afirmativos («eres una persona con mucha voluntad»), interrogativos (propio de las entrevistas), persuasivos o disuasorios, de mando e instrucción, emocionales, procedimentales (demostrativos o no) e integrativos (activación, organización y canalización de la conducta interpersonal y social), terapéuticos...

- d) **Código:** idiomático o lingüístico (árabe, euskera, romani, castellano...), no verbal (gestos, posturas, expresiones faciales y movimientos corporales —quinésicos—, las cualidades y entonación de la voz —paralingüísticos y prosódicos— y las relaciones espaciales o proxemias) y visual (gráficos explicativos, por ejemplo, del embarazo)...
- e) **Contexto:** institucionales o políticos (donde la gente administra o es administrada), ecológicos residenciales (donde vive: vivienda y barrio), laborales (donde trabaja), educativos (donde se forma), sanitarios (donde se cura o muere), recreativos (donde se divierte) y sociales (donde se encuentra)...

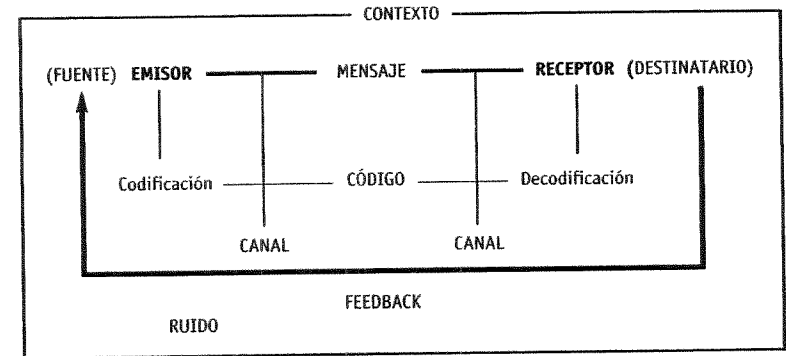
En función de la participación de los elementos expuestos, se pueden distinguir muchos tipos de comunicación: verbal, no verbal, formal e informal, vertical (ascendente y descendente) u horizontal, intrapersonal, interpersonal, grupal, intergrupar, organizacional, interorganizacional, de masas, transcultural...

4. Proceso de la comunicación

Fue una casualidad cómo conoció a Ernesto. Buscaba en una librería una obra titulada, precisamente, *La importancia de llamarse Ernesto*. El dependiente que la atendió sonrió ante la petición, ya que curiosamente se llamaba igual, y así se lo hizo saber a ella. No se volvieron a ver hasta pasado un mes del primer encuentro fortuito. Fue en una cena organizada por un amigo común. Hablaron, se miraron, se besaron y quedaron para verse otro día. Han pasado tres años desde entonces y, como es natural, han sucedido muchas cosas. La verdad es que la vida en pareja puede ser bastante problemática o todo un proceso de conocimiento y enriquecimiento mutuo, si hay comunicación.

Cuando se habla de comunicación, se la asocia con la palabra «proceso». Con el uso de este término se reconoce la complejidad y dinamicidad del fenómeno comunicativo. La comunicación se materializa en una serie de pasos (de ahí la idea de proceso) que consumen tiempo y que se prolongan incluso durante años. El milagro de comunicarse dos humanos puede llevarles toda una vida y provocar desarrollos hacia etapas más profundas de conocimiento. Los procesos de comunicación pueden superar las barreras espaciales y temporales (como demuestran Internet o el correo electrónico). No es extraño, pues, que esa comprensión súbita que se establece cuando se lee a un filósofo se produzca aunque ya no viva el emisor del mensaje. La comunicación no es unidireccional y lineal, sino bidireccional y circular. Siempre existe el *feedback* de la persona con la que se está interactuando. Es, además, un fenómeno abierto a múltiples influencias del entorno. Cuando un padre habla con su hijo, no puede evitar las influencias que éste recibe de sus compañeros.

El esquema general del proceso comunicativo es el siguiente:



Los procesos llevan incorporada la propiedad de dinamismo y cambio. El proceso comunicativo puede hacerse más rico y complejo para los individuos si los interlocutores adquieren cierto dominio en competencias o habilidades sociales y si se estimula la formación de redes sociales amplias, plurales y estables.

El trabajador social puede fortalecer sus competencias comunicacionales si se aprovecha de las utilidades que le proporciona un enfoque científico de las cosas. Cuando el esfuerzo de comunicarse con alguien pretende un mejor conocimiento de la realidad, tal y como le ocurre a un trabajador social, la comunicación se puede ajustar a un proceso de investigación.

5. Importancia de la comunicación para el Trabajo Social

Mientras se dirigía a su despacho, después de una larga y monótona reunión de trabajo, Amaia se preguntaba si no habría otra forma de hacer las cosas. Hizo un cálculo rápido del coste total en tiempo invertido, multiplicando las horas de reunión (3) por el número de asistentes (9). ¡El coste global era de 27 horas! ¿Qué harían las organizaciones eficaces y eficientes para administrar mejor su tiempo —por cierto, un recurso escaso—, comunicarse y coordinarse de forma efectiva y tomar decisiones adecuadas? No terminó su reflexión. Ya le esperaba una persona, para una entrevista.

Después de estar conversando con ella y escuchar atentamente lo que le decía y cómo lo decía, descubrió que la demanda no era el motivo real de su visita. La necesidad que tenía esa persona era la de comunicarse. Estaba o se sentía sola. Quizá la trabajadora social fuera el único referente y contacto humano significativo para ella. Dácil le había comentado, en una ocasión, que muchos de los solicitantes de prestaciones eran personas solitarias (en el sentido de que carecían de redes sociales fuertes y amplias), que se sentían fracasadas y poco valoradas. Desde ese punto de vista, la prestación puede ser lo se-

cundario, y lo importante, el contacto humano. Encontró una forma de hallar sentido a su trabajo. El papeleo, las prestaciones... podían tener un significado y una utilidad.

5.1 La comunicación nos hace humanos. Es una necesidad básica

Amaia había descubierto que para sentirse humana es imprescindible establecer conexiones con otros individuos, ya que somos seres sociales.

«La *comunicación* entre las personas es esencial por un conjunto global de razones que incluyen el acceso y el intercambio libre de información, la discusión abierta de ideas y la propia negociación de desacuerdos y conflictos, la provisión de apoyo emocional en momentos de estrés, etc.» (Wiemann y Giles, en Hewstone *et al.*, 1991: 201). Su poder terapéutico e integrador está demostrado: «La comunicación en sí misma puede ser la forma más efectiva de reducción del sufrimiento psicológico, como es el caso para quienes tienen cáncer o han envejecido recientemente (Dunkel-Schetter y Wortman, 1982; Lehman, Ellard y Wortman, 1986). Incluso muchos de los conocidos íntimos de las víctimas encuentran que no desean o son incapaces de mantener una comunicación efectiva, quizá por un manejo erróneo de las claves provenientes de los afligidos» (Wiemann y Giles, en Hewstone *et al.*, 1991: 201).

La comunicación humaniza. En la interacción con los otros se aprende, se define la identidad y se obtiene «alimento social», esencial para el desarrollo y crecimiento. Eisenberg (1981), por ejemplo, habla del concepto de «malnutrición social». «La estimulación o reconocimiento entre los seres vivos es absolutamente necesaria para sobrevivir» (Ares y Fernández, s. f. r. en Ares y Fernández, 2002: 156). Maslow (1954) incluye, como necesidades básicas, el afecto, la valoración positiva de los demás y el sentido de pertenencia (Peiró, 1986: 24-25). Los ojos de los demás tienen poder constituyente. «La soledad es devoradora. [...] Eso lo vio Sartre con mucha claridad, cuando decía que el amor nos salva de la insignificancia, y que una mirada amorosa nos reinserta en la realidad, justificada por fin nuestra existencia» (Marina, 1997: 134-135).

El autoconcepto se elabora, también, con las percepciones y valoraciones de los demás. La mirada de los otros construye. Los trabajadores sociales deben ser conscientes de su influencia para provocar efectos beneficiosos y evitar consecuencias negativas en sus clientes. En un estudio realizado por Caporeal, Lukaszewski y Culbertson (1983) con ancianos en instituciones de California, se observó que «ciertas enfermeras usaban una especie de “habla infantil” con sus pacientes ancianos, independientemente de la autonomía funcional de éstos. No es necesario mencionar que esos ancianos habían sido categorizados como “inútiles”» (Wiemann y Giles, en Hewstone *et al.*, 1991: 210). ¿Influyó esa valoración negativa en las tasas

de morbilidad y en la esperanza de vida de ese grupo de ancianos? Las evidencias obtenidas parecen acreditar que sí.

La comunicación es multifuncional. Sirve, fundamentalmente, para las interacciones primarias y establece las reglas para la regulación de esas relaciones. Otras funciones posibles son la adaptación al medio —especialmente el sociocultural— y el control de éste, la expresión de pensamientos, sentimientos y comportamientos, la regulación de la conducta ajena y propia, el desarrollo y facilitación de procesos de mediación, la afirmación de la identidad, la metacomunicación y la maduración de la personalidad.

5.2 Sin comunicación o con comunicación defectuosa o deficitaria surgen problemas

La incomunicación o la comunicación deficitaria produce costes personales, económicos y sociales. «Es innegable que una falta de comunicación satisfactoria y de calidad puede acarrear serias implicaciones para nuestro bienestar psicológico y salud física, pues la soledad conduce a la depresión, el alcoholismo y el abuso de drogas (Peplau y Perlman, 1982, en Hewstone *et al.*, 1991: 201). Tampoco parece posible la salud social si la relación con otros individuos es deficiente o muy problemática.

Existe abundante documentación que demuestra que una de las causas más relevantes de insatisfacción de la vida en pareja, de los conflictos y de los divorcios es la ausencia o el deterioro de la comunicación entre los miembros que la integran (Wiemann y Giles, en Hewstone *et al.*, 1991: 201). Similar conclusión puede establecerse en lo que se refiere a las relaciones paterno-filiales, laborales y vecinales. Sin contacto social se reducen las posibilidades de supervivencia. «De hecho, el envejecimiento y la muerte se ven acelerados por la falta de oportunidades para la comunicación» (idem).

La comunicación debe tener, no obstante, cierta calidad. El lenguaje no es neutro; define y estructura la realidad. El efecto Rosenthal o la profecía de autocumplimiento vienen a demostrar el poderoso efecto de ciertas denominaciones. La comunicación verbal y no verbal categoriza, sana o enferma. El maltrato oral afecta al autoconcepto y a la autoestima. La palabra puede hundir, estigmatizar, humillar y matar. También puede liberar, curar, fortalecer y dar vida. Son numerosas las investigaciones que hallan una relación entre comunicación, calidad de la red social y salud mental. (Costa y López, 1986: 111). «A menudo se ha encontrado que el apoyo social reduce o evita los dañinos efectos del estrés» (Argyle, en Hewstone *et al.*, 1991: 240). Parecida relación se ha detectado entre comunicación y salud física, hasta el punto de que la morbilidad, la recuperación posoperatoria o la esperanza de vida pueden verse afectada por la calidad de las relaciones de apoyo. La vinculación, por ejemplo, entre sistema inmunitario y variables psicosociales está demostrada (Goleman, 1996: 265-287).

5.3 Nuestro sujeto y objeto de trabajo son las personas y las relaciones

Los trabajadores sociales son profesionales que interactúan con personas y que operan sobre realidades humanas. El Trabajo Social persigue sociedades más abiertas, comunicativas, conectadas e integradas —en el sentido de menos desestructuradas— y concibe la comunicación no sólo como fin (desarrollo de los potenciales, respeto de la diversidad cultural, aumento de la cohesión social...), sino también como medio. Sin comunicación no es posible el trabajo de escucha, la elaboración de diagnóstico, la programación, la ejecución y la evaluación. La influencia del trabajador social a nivel informativo, formativo, terapéutico... con la ciudadanía requiere este proceso de intercambio. El trabajador social recibe información y emite información. Las campañas de sensibilización, el marketing de ideas y la intervención en y con los medios de comunicación no son posibles sin el dominio de las competencias comunicacionales. La planificación de intervenciones a gran escala o de proyectos concretos («estimación de las necesidades existentes a medio y largo plazo y estudio del origen y dinámica de los problemas de los servicios humanos...») [Schuermann, 1983, en Consejo General de Colegios Oficiales de Diplomados en Trabajo Social y Asistentes Sociales, 1985: 21] o la evaluación de programas sociales necesita de la comunicación. Las funciones gerenciales, directivas o de organización, así como la formación de líderes, directivos y políticos, deben ser alimentadas con información relevante (idem: 22). Sin comunicación no es factible, por otra parte, crear equipos de trabajo. «Como en cualquier organización, también en los Servicios Sociales se trabaja en equipo, así que es fundamental que exista una buena comunicación entre ellos y con los usuarios que atienden» (Ares y Fernández, 2002: 147).

Por otra parte, la investigación de la realidad, a nivel micro y macrosocial, tiene como objeto de estudio preferente las relaciones o comunicaciones entre sujetos. El análisis de la realidad social incluye el estudio de la estructura, del control y del cambio social. La tarea investigadora no se puede efectuar sin comunicación con la realidad que se quiere observar y analizar. La comunicación de saberes, mediante congresos, publicaciones o redes de investigadores, es fundamental para la diversificación de los objetos de estudio y para el fortalecimiento epistemológico de la disciplina. El trabajador social, por lo tanto, es un agente o vector que emite y recibe energía o información. Es un elemento de un conjunto de influencias. Suelen analizarse sus interacciones como relaciones binarias discretas (en las que intervienen básicamente el trabajador social y otro agente o comunicante). La realidad es más compleja. En propiedad, habría que hablar de redes de relaciones, que se configuran como auténticas constelaciones de interacciones. Un mismo trabajador social puede formar parte de una red en la que están implicados, a la vez, varios ciudadanos, usuarios o consu-

midores de un servicio, otros técnicos, políticos, científicos sociales, profesionales de los medios de comunicación y diversas organizaciones o asociaciones. Lo habitual, por lo tanto, es que pertenezca a varias redes simultáneas.

El análisis de las interacciones individuales que se producen debe contextualizar las transacciones en virtud de agrupaciones mayores. Las relaciones entre un padre y un hijo no definen la complejidad del fenómeno si no se enmarcan en las pautas de interacción de la familia. La comunicación entre Amaia y Dácil o Jaume adquiere mayor sentido si se interpreta, por ejemplo, como una manifestación de ciertos patrones de comunicación intra e interorganizacionales. Un enfoque sistémico de ellas puede resultar muy útil.

6. Objetivos de la comunicación

Amaia estaba encantada. La obra de teatro, a la que había asistido con Dácil, le había tocado las fibras más sensibles de su ser. Mientras tomaban un refresco en un bar terraza, Amaia y Dácil hablaban emocionadas. ¿Cómo la palabra puede tener un poder tan grande?

Como Dácil y Amaia comprobaron con la obra de teatro, toda comunicación tiene un propósito. En lo que se refiere a nuestra profesión, es fundamental que se determine con claridad, en cada tarea que se realiza, *para qué* se comunica. Los objetivos guían la acción y aportan identidad a una persona y también a una profesión o a una disciplina. La selección debe estar bien meditada, pues afecta a la naturaleza de lo que se quiere ser y hacer.

En la intervención profesional, la acción comunicativa pretende:

- Producir enlaces (crear conexiones, generar redes, establecer sinergias).
- Crear mundos posibles, según la expresión de Nelson Goodman (expandir horizontes, descubrir nuevas posibilidades, configurar nuevos escenarios).
- Dialogar (formar mundos compartidos, contribuir a un orden menos jerárquico y más democrático, hacer participar).
- Sanar.
- Educar.
- Obtener información para lograr una investigación o un conocimiento de la verdad más amplio.
- Orientar, guiar.
- Mediar.
- Compartir.

- Democratizar las comunicaciones, socializar los medios para potenciar el pensamiento libre y plural.
- Crear, modificar o reforzar valores, actitudes, hábitos (Brezmes, 2001: 31).

7. Factores que favorecen y dificultan la comunicación

Amaia se había propuesto que la «Escuela de madres y padres» resultara gratificante y útil. Jaume era de la misma opinión. Al fin y al cabo, ambos compartían que el trabajo debía ser considerado una experiencia vital edificante. Sin embargo, no encontraban la fórmula para ello. ¿Cómo podían hacer comprender a las madres y a los padres lo importante que era mejorar la comunicación con sus parejas y sus hijos si ellos —los docentes— no predicaban con el ejemplo? Amaia dio con la solución. Las técnicas de comunicabilidad podían servir para mejorar la transmisión de los contenidos del curso y ser un ejemplo, para los asistentes, de herramientas para aplicar con sus familias.

Este apartado se sustenta en la teoría de transmisión de la información. Para comunicarnos adecuadamente y ser comprendidos, es fundamental saber cómo funciona nuestra memoria y qué necesitamos para comprender. Porque las estrategias para comunicar de manera efectiva parten de la forma de comprender la información. En este apartado se expondrán algunas formas de mejorar la comunicación.

7.1 Actitudes que favorecen la comunicación efectiva

Las estrategias son inefectivas si no se mantiene determinado tipo de actitudes, es decir, inclinaciones positivas. Aunque un mensaje esté estructurado, si no se manifiesta una inclinación positiva o un deseo de transmitir, la utilidad de las estrategias será limitada y el mensaje resultará frío y vacío. Las actitudes más importantes a la hora de transmitir la información son las siguientes:

- Deseo de transmitir: querer emitir un mensaje.
- Deseo de escuchar: querer escuchar.
- Deseo de participación intencional: implicación de los interlocutores.
- Actitud empática: ponerse en el lugar del otro.
- Actitud de permanencia: querer mantener la conversación.
- Actitud de horizontalidad: igualdad con el otro.

7.2 Barreras y facilitadores de la comunicación

Algunas de las barreras de la comunicación efectiva pueden ser las siguientes:

- Respecto al *canal* (la voz): el uso de muletillas (ruido expresivo), la falta de vocalización o de entonación y el volumen inadecuado.
- Respecto al *mensaje*: la densidad informativa (cantidad), la confusión informativa (calidad), la desestructuración del mensaje y el uso de lenguaje técnico (vocablos complejos, sin ejemplos...).

Otras barreras pueden ser las que se exponen a continuación (Ares y Fernández, 2002: 153-154):

- Respecto al *comportamiento verbal*: las interrupciones, no decir la verdad, la repetitividad y los cambios continuos de tema.
- Respecto al *comportamiento no verbal*: el inadecuado contacto ocular, los gestos amenazadores, las distracciones, las muestras de ansiedad o nerviosismo.
- Respecto al *contexto*: la inadecuación del momento y del lugar, la presencia de otras personas y de agentes físicos contaminantes (ruido, olores, frío...).

Otros factores que dificultan la comunicación son:

- Del beneficiario, cliente o persona que accede al servicio o con el que el servicio contacta: discapacidades (hipoacusias, demencias, discapacidades psíquicas...) (Brezmes, 2001: 16); estado emocional (inseguridad, desconfianza, temor...); carencias en las habilidades de comunicación y de competencia social; otras (bajo nivel cultural, marginalidad, deseos de ocultar o distorsionar la realidad) (ídem: 17).
- Del trabajador social: estado emocional; uso inadecuado de vocabulario; falta de preparación del mensaje; falta de claridad en los objetivos; utilización inadecuada del canal; otras (prejuicios, rechazo, falta de empatía, deficiencias de comunicación, carencia de habilidades sociales...).
- Del medio: lugar inadecuado para la confidencialidad (ídem); interferencias (ruidos, llamadas telefónicas).

Los facilitadores serían los aspectos contrarios a los descritos anteriormente, y es importante, también, tenerlos en cuenta:

- Revelar el propio yo y mostrar intimidad y afecto «sirve para que la relación escale hacia una afiliación positiva debido a la operación

denominada por Gouldner (1960) “norma de reciprocidad”» (Wiemann y Giles, en Hewstone *et al.*, 1991: 214).

- Como ya se indicó en un apartado anterior, cierto dominio de las competencias cognitivas y sociales facilita la comunicación. «La gente que carece de suficientes habilidades sociales tiene dificultad para entablar y mantener relaciones» (Argyle, en Hewstone *et al.*, 1991: 226).