

# Metamodelo de lenguaje, o cómo hacer buenas preguntas (y no perderse en el intento)

La base del metamodelo del lenguaje la encontramos en una frase de [Alfred Korzybski](#), casi un mantra repetido por todos lados (hasta inspiró el título de una [novela](#) de [Michel Houellebecq](#)):

*“el mapa no es el territorio”.*

O por decirlo de otra manera: las representaciones mentales que tenemos del mundo no son la realidad, sino un mapa más o menos aproximado de la misma.

Como todo mapa, difiere de persona a persona; y como todo mapa, no necesariamente hay que pensarlo como correcto o incorrecto, sino como útil o no, dependiendo de las circunstancias y de nuestros objetivos.

Imaginemos que queremos orientarnos en París o en Buenos Aires. Si somos turistas, lo mejor será contar con un mapa turístico que nos indique las zonas que queremos visitar, los puntos turísticos de interés, restaurantes, museos, hoteles y toda la información necesaria para disfrutar del viaje.

En cambio, si somos ciudadanos que queremos movernos por la ciudad, deberemos elegir una guía de transporte; y si somos ingenieros o topólogos que deben realizar un trabajo de campo, ninguno de los dos mapas nos servirá.

¿Es que los mapas son incorrectos? No, solamente no son adecuados para nuestros fines y circunstancias.

Lo mismo ocurre con los esquemas, modelos, creencias y experiencias que conforman nuestro “mapa mental” de la realidad. Son perfectos en sí mismos y son útiles en muchas

situaciones, pero debemos ser conscientes de que son solamente eso: un mapa, que puede revelarse inadecuado para la situación que debemos enfrentar.

## La comunicación y sus diferencias

La diferencia de mapas mentales se hace muy patente en la comunicación. ¿Cuántas veces, en una charla con un amigo, con un cliente o incluso con nuestra pareja, nos encontramos en un conflicto por haber entendido distintas cosas, por haberle dado un significado distinto a ciertas palabras?

Para abordar este asunto, hoy quisiera centrarme en el “metamodelo de lenguaje”, sólo porque es uno de los métodos más prácticos que conozco para lidiar con las diferencias de interpretación en una conversación tipo, para llegar a descubrir “la verdad atrás de las palabras”, o más bien, la verdadera experiencia de nuestro interlocutor.

## El origen del metamodelo

El metamodelo del lenguaje surgió de las investigaciones de [Richard Bandler](#) y [John Grinder](#) sobre la forma que tenía [Fritz Perls](#), el creador de la terapia gestáltica para preguntarle a sus pacientes. Tanto él como [Virginia Satir](#) (la segunda terapeuta modelada) hacían preguntas de manera muy concreta, para recabar información precisa de sus pacientes. En ese camino de recolectar información, lograban que el propio paciente cuestionara algunas de sus asunciones y terminara descubriendo aspectos de su experiencia que lo sacaban del conflicto.

El metamodelo del lenguaje fue el primer modelo que desarrollaron Bandler y Grinder, y lo publicaron en los libros *La Estructura de la Magia*, vol. 1 y 2.

Para entender el metamodelo de lenguaje, conviene ver cualquier acto de comunicación como si estuviera formado por

tres charlas.

Pongamos esta situación: un cliente entra a un negocio y quiere comprar una heladera, por lo que conversa con el vendedor. ¿Cuántas conversaciones ocurren?

Una conversación es la que ocurre entre ellos, la charla que mantienen, donde, por ejemplo, el vendedor le pregunta: "¿Qué desea, señor?" y el comprador contesta: "Quisiera ver una heladera grande." Este es el nivel más claro, y lo vamos a llamar "estructura superficial"; se trata de las palabras que escuchamos, y que podemos registrar con un grabador.

Pero, además de este nivel, cada participante tiene una conversación consigo mismo. A qué se refiere con "heladera grande" solo lo sabe el cliente. ¿Cuán grande es la heladera? ¿Quiere una heladera de mucha calidad, o sólo una básica?

Por el otro lado, en el vendedor también está operando su estructura profunda, y de seguro en su cerebro se disparan una serie de imágenes sobre lo que es una heladera grande. Si está necesitado de la venta, casi seguro se imaginará que este cliente le salva el día.

Acá tenemos una diferencia clara entre la estructura superficial y la estructura profunda: si el vendedor no se preocupa por averiguar qué quiere decir su cliente al preguntar por "una heladera grande", casi seguro le mostrará una heladera que puede no coincidir con sus deseos.

Es un ejemplo básico, ya que la solución de la ambigüedad no es complicada, pero en situaciones comunicacionales más complejas, metemos muchísimo más de nuestra experiencia en lo que escuchamos, y así surgen las dificultades de comunicación. El metamodelo nos permite evitar caer en interpretaciones apresuradas.

# Las tres transformaciones lingüísticas

En toda comunicación ocurre, entonces, en ese pasaje de la estructura profunda a la superficial, tres transformaciones lingüísticas, y la gran mayoría de estas transformaciones son inconscientes y naturales:

- **Las supresiones:** eliminamos información que consideramos no es relevante.
- **Las distorsiones:** modificamos de alguna manera la experiencia original (la estructura profunda), bien porque no recordemos la experiencia tal cual fue o porque nuestra percepción, como toda percepción, es sesgada y parcial.
- **Las generalizaciones:** tomamos ciertas circunstancias concretas como si fueran toda la realidad, ampliando los casos concretos a situaciones generales.

## Generalizaciones

Una experiencia específica pasa a representar la categoría completa de la cual es parte.

<b>Afirmaciones universales</b> Generaliza una experiencia concreta, haciéndola válida para todas las circunstancias	Quantificadores universales: todos, todo, siempre, nunca, nadie, nada, jamás...	Preguntar sobre la generalización pidiendo más datos: ¿Qué ... exactamente?
---	---	---

<p><b>Afirmaciones o frases limitantes</b> Representan nuestras exigencias</p>	<p>Operadores modales de necesidad y posibilidad: Puedo, tengo, debo, no tengo, no debo, hay que, debería... es imposible, no es posible...</p>	<p>¿Qué te lo impide? ¿Qué pasaría si lo hicieras?</p>
--	---	--

## Supresiones

Ciertos aspectos de la experiencia son excluidos de su representación.

<p><b>Comparación incompleta</b> Uno de los términos de la comparación no se indica.</p>	<p>Expresiones comparativas: más que, menos que, mejor, peor, el mejor, el peor, más...</p>	<p>Preguntar por el otro término (implícito) de la comparación.</p>
<p><b>Sujeto inespecífico</b> El sujeto de la acción no está especificado</p>	<p>Pronombres personales inespecificados: Ellos, se dice... la gente Sujetos tácitos (No me hablan... no me entienden)</p>	<p>Preguntar por los sujetos ocultos detrás del pronombre inespecífico. ¿Quién? ¿Quiénes?</p>
<p><b>Contexto no especificado</b> Falta especificar: Qué, con quién, cuándo, cómo, dónde...</p>	<p>Predicados o sujetos con pocos complementos (La secretaria no se comportó – Al final no llegué a decírselo)</p>	<p>Determinar verbos, adjetivos, etc., y ver si podrían tener más complementos. ¿De qué manera .... (verbo)?</p>

## Distorsiones

Las relaciones entre las partes de un modelo se representan en forma diferente de las relaciones que se suponen deben representar.

<p><b>Lectura de mente</b> La persona presupone saber lo que piensa el otro</p>	<p>Palabras referidas a estados internos de otras personas en lugar de palabras referidas a experiencias sensoriales (Estás enojada – sabía que no te iba a gustar mi regalo)</p>	<p>Implican suposiciones ¿Cómo lo sabés? ¿Qué te hace pensar que...?</p>
---	---	--

<p><b>Nominalizaciones</b> Representa un proceso como evento concluido.</p>	<p>Usar sustantivos que se corresponden con verbos</p>	<p>1) Comprobar si es una nominalización: a) Técnica de la carretilla: ¿Se puede colocar el sustantivo en una carretilla? b) Comprobar si el sustantivo se puede combinar con la frase: "Un/a ..... prolongado/a" 2) Transformar la nominalización en su verbo correspondiente. 3) Preguntar usando el verbo en lugar del sustantivo (ver si detrás de la nominalización, una vez eliminada, no hay alguna otra violación al metamodelo)</p>
---	--	--

<p><b>Causa efecto</b>  Considerar que una determinada conducta provoca necesariamente una determinada reacción emocional (Puede ser verdad, pero le da el poder a otra persona para determinar el propio estado interno)</p>	<p>Palabras referidas al propio estado interno como provocado por otros  (Me irritás – me enojás – no me dejás tranquilo)</p>	<p>a) Preguntar de qué manera se provoca el estado interno.  b) Preguntar de qué manera la conducta de A provoca el estado interno en B.  c) Preguntar si siempre que A hace eso, provoca el mismo estado interno en B</p>
<p><b>Creencias</b>  Opiniones dadas por verdaderas, juicios de valor de quienes consideran su mapa como único.</p>	<p>Juicios de valor, generalmente no indican que la valoración sea propia, sino una verdad aceptada y/o externa.  (Los autos importados son mejores)</p>	<p>¿Cómo lo sabe?  ¿Quién lo dice?</p>