

Comunicación y Satisfacción: Analizando la Interacción de Pareja

Communication and Satisfaction: Looking at Couple Interaction

Carolina Armenta Hurtarte

Rolando Díaz-Loving

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, CD. DE MÉXICO

Resumen

Un elemento central en las relaciones humanas es el intercambio de información que permite conocer a las personas y referente a las relaciones de pareja es necesario identificar como esta dimensión afecta a la satisfacción de la relación. Este estudio se realizó con 114 parejas heterosexuales mayores de 18 años, que viven juntas desde alrededor de 6 años, se aplicaron simultánea e individualmente escalas de satisfacción, estilos de comunicación y autodivulgación. El análisis de regresión múltiple de formas de comunicación propia y de pareja, producen un modelo que explican el 76% de la varianza de la satisfacción conjunta de la pareja. Básicamente, si cada miembro no se comunica de forma positiva y además perciben que su pareja no se comunica de forma negativa se encuentra mayor satisfacción en la relación de pareja. Es necesario promover en las relaciones un estilo de comunicación positivo donde ambos miembros sean activos para esta satisfacción.

Descriptores: pareja, satisfacción, estilos de comunicación, autodivulgación.

Abstract

Several studies indicate its importance in the link of communication with relationship satisfaction. Researches have focused on one member of the dyad by excluding the interaction. In order to get at the interaction, this study included couple data on marital satisfaction, self-disclosure and communication styles of 114 heterosexuals couples older than 18-years-old that live together over 6-years. Multiple regression points to a model that explains 76% of variance in the couple satisfaction. Basically, if members of the couple do not communicate in a positive way, in addition to identifying that their partner does not communicate in a negative form, then the couple is going to be satisfied. It is clear that one should encourage positive communication where both members of the relationship can be active.

Key words: couple, satisfaction, communication styles, self-disclosure.

Introducción

Está establecido que la comunicación dentro de la pareja es fundamental para el funcionamiento de la misma en cualquier etapa que ésta se encuentre, ya que es el medio con el que se expresan sentimientos, pensamientos, temores, percepción de la pareja, negociación y solución de problemas (Soller, 1982; citado por Kimble; Hirt; Díaz-Loving y Harmon, 2002). La comunicación en general incorpora dos grandes elementos, la información en sí misma y la forma en que se comunica. De manera particular, al proceso a través del cual las personas

transmiten información personal se le identifica como autodivulgación, definida como la apertura para proporcionar información propia o personal a otro individuo (Archer, 1980; Cozby, 1973; Jourard, 1972). A su vez, la autodivulgación tiene diferentes dimensiones como son la cantidad de información proporcionada, el grado de intimidad (alta o baja) de la información, la duración y la forma afectiva de su presentación (Altman y Taylor, 1973; Cozby, 1973; Fisher, 1984; Nina, 1985); el que la persona decide el momento para divulgar; así como el lugar de la divulgación y a la persona a quien se le dará la información (Delerga, 1984).

En cuanto a la manera en que se transmite la información, se han postulado una serie de estilos de comunicación clasificados en especulativo, sociable, controlador y convencional por Miller, Nunnally y Wackman (1976), Norton (1978) y Hawkins, Weisberg y Ray (1980) quienes además consideran el nivel de autodivulgación y la importancia de la otra persona. En la población mexicana, Nina (1991) identificó estilos de comunicación positivo, negativo, reservado y violento. Recientemente Sánchez y Díaz-Loving (2003) identificaron en México que el individuo incorpora al análisis de su relación la percepción de los estilos propios y los de la pareja. Asimismo, encontraron que estos dos estilos de comunicación tienen dos dimensiones, una positiva y una negativa, mismos que en conjunción con los de Nina (1985, 1991) dan 26 estilos diferentes de comunicación; para los cuales Roca (2003) realizó algunas modificaciones obteniendo una versión corta de medición corta. Estos elementos de comunicación son auxiliares en el establecimiento de la relación debido a que es el medio por el cual se consolida la intimidad e intercambio de emociones, ideas y pensamientos.

En torno a la relación de la comunicación con la satisfacción, Archer y Burlison (1980) encontraron que aunque la autodivulgación va disminuyendo conforme el tiempo que se tenga en la relación, ésta es fundamental en el inicio, ya que funge como un auxiliar para incrementar la intimidad y atracción en la relación de pareja. De hecho, el fenómeno se hace más complejo de acuerdo con lo que Blood y Wolfe (1960), Glenn (1990), Tucker y Aron (1993), Locke y Wallace (1959) y Aron y Aron (1997) identificaron, respecto a que cuando dos personas comienzan una relación, en aquellos casos en que existe un alto grado de autodivulgación, éste provoca que la pareja se sienta integrada y con una alta satisfacción. Una vez constituida la relación, ésta se mantiene estable hasta que los niveles de integración bajan su intensidad, produciendo una disminución en la satisfacción ya que la relación se torna aburrida y sin emociones.

Por su parte, Singer (1981) propone que las variables de satisfacción marital y autodivulgación deben de estar relacionadas, siendo la autodivulgación predictiva de la satisfacción marital, aunque éstas sólo han sido estudiadas como efectos individuales. Lo anterior hace relevante el trabajo de Levinger y Senn (1967) y Archer (1999) quienes encontraron que en los matrimonios, la satisfacción marital está correlacionada con la autodivulgación. Cabe señalar que no es sólo un efecto individual sino que la autodivulgación también tiene un efecto en la pareja, ya que ésta, por parte de un miembro de la pareja tiene mayor correlación con la satisfacción

del otro, además de ser un elemento importante para propiciar la reciprocidad de la comunicación.

Como se ha enmarcado, la autodivulgación tiene un rol trascendental en las relaciones de pareja. Sin embargo, también es cierto que un componente fundamental de las relaciones es la transmisión de emociones, y existe evidencia de que un 93% de éstas se envía y recibe de forma no verbal (Mehrabian, 1972; citado por Kimble *et. al.*, 2002). Estos autores reportan que la comunicación de pareja se ofrecen a través de la expresión facial en un 55% mientras que el 38% es por el tono de voz y solamente el 7% por la manera verbal. De hecho, la comunicación no verbal se transmite simultáneamente cuando el mensaje se proporciona a través de la expresión corporal y la entonación de voz, creando componentes de los estilos de comunicación (Nina, 1991; Norton, 1983), los cuales ayudan a filtrar, interpretar y dar importancia al mensaje verbal, influyendo dramáticamente en la definición final del mensaje.

Las investigaciones sobre los estilos de comunicación y la satisfacción marital marcan una alta correlación significativamente entre estilos de comunicación positivos y buena calidad de relación (Roca, 2003). En este sentido, Fowers, Montel y Olson (1996) encontraron que las parejas vitalizadas con fuertes habilidades de comunicación tienen un alto grado de satisfacción marital. Por otro lado, Robinson y Blanton (1993; citado por Rosen-Grandon, Myers y Hattie, 2004) estudiaron parejas que tenían en promedio 40 años de casados, encontrando que las características que afectan a la satisfacción marital son la intimidad, compromiso, comunicación, congruencia, compartir una misma orientación religiosa, reciprocidad, amor, entendimiento, paciencia y responsabilidad.

Al contemplar la interacción, la dinámica de la pareja y sus miembros se torna el centro de la discusión puesto que con estilos de comunicación en cada individuo, Mitchell (1982) indica que la pareja debe de aprender a aceptar estas diferencias para que la relación tenga continuidad, mientras que Norton (1988) sugiere considerar a los estilos de comunicación como el reflejo de la satisfacción marital y el mantenimiento de la relación. Esta división (estilo propio y estilo de la pareja) ya había sido reportada por Kanh (1970) quien desarrolló un instrumento evaluando estas dimensiones. Mientras tanto, Richie y Fitzpatrick (1990) incorporan a otros miembros de la familia y el efecto de la interacción en la calidad de la relación en un instrumento para medir las relaciones familiares (pareja-hijos) y Michaud y Warner (1997) y Goldstein (1999) desarrollaron un instrumento para las situaciones de conflicto en la pareja para identificar su relación con la satisfacción.

Como marco de referencia, diversos estudios llevados a cabo por Fowers, *et al.* (1992) y Plechaty, Couturier, Cote y Roy (1996) indican que la personalidad de cada miembro de la pareja así como las condiciones de vida, la intimidad y la comunicación son los parámetros más frecuentes para percibir como satisfactoria o insatisfactoria la relación de pareja.

Conscientes de que la comunicación que cada individuo emite y percibe (autodivulgación y estilos de comunicación) tienen una relación con la satisfacción marital se percibe la necesidad de identificar cómo estos elementos de un miembro de la relación amorosa pueden afectar a la satisfacción del otro, es decir, cómo esta interacción de comunicación en la pareja influye en la satisfacción conjunta de la relación, por lo que los resultados pueden ser aplicados en diversos programas de intervención marital. Así mismo tiene una aportación en los estudios de interacción en México debido a la carencia que hay en las investigaciones de esta índole.

Método

Participantes

La muestra con la que se trabajó es no probabilística por cuota, conformada por 114 parejas heterosexuales de las cuales el 67% son matrimonios y el 33% viven en unión libre, el tiempo de relación en promedio es de 8 años y el tiempo que tienen viviendo juntos es de 6 años en promedio. Referente a los hijos, el 29% no tiene, el 32% tiene un hijo y el resto reportó tener más de dos hijos.

Instrumentos

Se utilizó el Inventario de Estilos de Comunicación (Sánchez-Aragón y Díaz-Loving, 2003) versión corta de Roca (2003) el cual cuenta con confiabilidad mayor a .80, evalúa el estilo de comunicación propio y el de la pareja, así como la percepción que se tiene del estilo y nivel de autodivulgación de la pareja. Cada uno dividido por dos dimensiones: estilo positivo y estilo negativo. También se utilizó la Escala de Comunicación Marital (Comari de Nina, 1991) el cual considera 6 aspectos: familia extendida, sentimientos, emociones y disgustos, vida sexual, hijos, trabajo y relación marital; este inventario tiene un coeficiente de confiabilidad mayor a .85. Finalmente el Inventario Multifacético de Satisfacción Marital (IMSM) desarrollado por Cortés,

Reyes, Díaz-Loving, Rivera y Monjaraz (1994) evalúa 5 dimensiones de satisfacción: interacción, físico-sexual, organización y funcionamiento, familia y diversión; cuenta con un coeficiente mayor a .86.

Procedimiento

Se aplicaron los instrumentos de forma simultánea a la pareja evitando cualquier comunicación entre ellos, se les aseguro a los participantes la confidencialidad de los datos.

Resultados

Se llevó a cabo un análisis de regresión por pasos con la finalidad de identificar si los diferentes estilos de comunicación y la autodivulgación de cada miembro de la relación son predictores de un índice compilado para obtener la satisfacción promedio de ambos integrantes.

Los estilos de comunicación evalúan la forma en que uno mismo percibe cómo se comunica como su pareja, situación que se clasifica en dos partes: una negativa y otra positiva. Las dimensiones positivas consideran los factores social-expresivo, empatía, automodificador-constructivo, social-afiliativo, social-automodificador, simpatía, abierto, social-normativo, reservado y claro al hablar; mientras que la dimensión negativa considera los factores de violencia, evitación, expresivo-hiriente, autoritario, irritante-expresivo, ambiguo, maquiavélico, chismoso e impulsivo.

La autodivulgación evalúa la frecuencia con la que cada uno conversa con su pareja sobre sus sentimientos, emociones y disgustos, la familia extendida, vida sexual en la pareja, las decisiones que se deben tomar en torno a la crianza de los hijos, la calidad de la relación marital, así como las actividades laborales.

Considerando las dimensiones que ambos construyen se pueden observar en la tabla 1 los factores de la autodivulgación y estilos de comunicación percibidos de la pareja como los propios que predicen la satisfacción conjunta en la relación. Se encuentra que cuando la pareja no es percibida con una comunicación negativa tal como ser evitante ($\beta = -.688^{**}$) ni impulsiva ($\beta = -.366^{*}$), pero que la persona se perciba como simpática ($\beta = -.329^{*}$) en su forma de comunicarse son los elementos para determinar la satisfacción global e integral de la pareja. De los modelos resultantes el último explica el 76% de la varianza de la satisfacción conjunta de la pareja (R^2 ajustado = .759).

Estos resultados implican que las otras dimensiones de la autodivulgación como de los estilos de comunicación propios y de la pareja no son determinantes de la satisfacción de la relación, sin embargo, no implica que éstas no se encuentren de alguna forma relacionadas con los principales elementos predictores de la satisfacción de la pareja.

Discusión

Como ya han identificado diversos autores (Archer, 1980; Cozby, 1973 Jourard, 1972) la comunicación es

significativos en los estilos de comunicación, lo cual refiere que los temas de conversación de la pareja no explican la satisfacción que ésta tenga (Norton, 1988) marcando la trascendencia de los estilos de comunicación como un reflejo de la satisfacción (Fowers *et al.*, 1996; Roca, 2003).

Los resultados implican que cuando ellos identifican que el otro miembro de la relación no se comunica de forma destructiva, fría, intolerante, severa, inexpresiva o distante, ellos tienen un estilo más platicador, oportuno y optimista al comunicarse y que esto a su vez produce la satisfacción conjunta de la relación. Esta informa-

Modelo	Variable Predictible	Coefficientes Estandarizados Beta (β)	F	R	R2 Ajustado
1	Pareja Evitante	-.764**	22.440**	.764	.558
2	Pareja Evitante	-.597**	17.541**	.837	.661
	Pareja Impulsiva	-.380*			
3	Pareja Evitante	-.688**	18.850**	.895	.759
	Pareja Impulsiva	-.366*			
	Yo Simpático	-.329*			

** $p < .001$ * $p < .03$

un elemento de suma importancia en las relaciones, especialmente en las relaciones de pareja, debido a que es la forma en que se transmiten las emociones y existe la interacción (Soller, 1982; citado por Kimble; *et al.*, 2002). Así mismo se han indicado dos rubros de la comunicación: autodivulgación y estilos de comunicación por lo que en esta investigación se analizaron los estilos ofrecidos y percibidos de comunicación, positivos y negativos de ambos miembros de la relación y la cobertura y profundidad de la autodivulgación que reportaron con la finalidad de identificar su efecto en la satisfacción de la relación. Esta investigación se encontró consistencia con las postulaciones anteriormente indicadas, ya que se hallaron determinados elementos de los estilos de comunicación propios y de la pareja como predictores de la satisfacción.

Se confirma que el más relevante para la satisfacción en la relación de pareja es la comunicación no verbal, en este caso la entonación utilizada y percibida durante las conversaciones (Mehrabian, 1972; citado por Kimble *et al.*, 2002). De hecho, los resultados solamente fueron

extender el estudio de Robinson y Blanton (1993; citado por Rosen-Grandon, *et al.*, 2004) donde sólo identificaron diversas características que influyen en la satisfacción, tales como la comunicación, ya que dentro de este rubro se ha identificado que los estilos de comunicación no favorecen la satisfacción. Con la información obtenida queda claro que no sólo se debe trabajar con las habilidades de cada individuo, ya que la influencia de ambos miembros de la relación en su satisfacción conjunta requiere de un trabajo coordinado en la promoción de estos estilos de comunicación de una forma en la cual ambos sean activos en el proceso de comunicación para realizar un cambio positivo que conlleve a desarrollar la satisfacción de la relación.

Estos resultados, sin embargo, sólo pueden ser generalizados en la población mexicana que tienen una relación romántica consolidada, ya que existen elementos que no aplican en las relaciones de noviazgo en las que los miembros de la diada viven separados debido a las interacciones que realizan.

Referencias

- Altman, I. & Taylor, D. (1973). *Social Penetration: The Development and Dissolution of Interpersonal Relationships*. New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Archer, R. L. (1980). Self-Disclosure. En: D. Wegner y R. Vallacher (Eds.) *The Self in Social Psychology* (pp. 183-205). New York: Oxford.
- Archer, R. L. (1999). El inducir y el divulgar en parejas matrimoniales: ¿Es mejor dar o recibir? En: R. Díaz-Loving (Ed.). *Antología Psicosocial de la Pareja* (pp. 139-153). México: Porrúa y Amepso.
- Aron, A. & Aron, N. E. (1997). Self Expansion Motivation and Including Other in the Self. En: S. Duck (Ed.) *Handbook of Personal Relationships* (pp. 51-269). USA: John Wilies and Sons (2da. Ed.).
- Blood, J. R. & Wolfe, D. M. (1960). *Husbands and Wives*. New York: The Free Press.
- Cozby, P. C. (1973). Self-Disclosure: A Literature Review. *Psychological Bulletin*, 79, 73-91.
- Córtés, S., Reyes, D. R., Díaz-Loving, R., Rivera, A. S. & Monjaraz, C. J. (1994). Elaboración y análisis psicométrico del inventario multifacético de satisfacción marital (IMSM). *La Psicología Social en México*, 5, 123-130.
- Delerga, V. (1984). *Communication, Intimacy and Close Relationship*. Orlando: Academic Press.
- Fisher, D. V. (1984). A Conceptual Analysis of Self-Disclosure. *Journal of the Theory of Social Behavior*, 14, 3, 277-296.
- Fowers, B. J., Montel, K. H. & Olson, D. H. (1996). Communication in the Marriage. *Journal of Marital and Family Therapy*, 22, 1, 103-119.
- Glenn, N. D. (1990). Quantitative Research on Marital Quality in the 1980s: A Critical Review. *Journal of Marriage and the Family*, 52, 818-831.
- Goldstein, S. B. (1999). Construction and Validation of a Conflict Communication Scale. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 9, 1803-1832.
- Hawkins, J., Weisberg, C. & Ray, D. (1980). Spouse Differences in Communication Style: Preference, Perception and Behavior. *Journal of Marriage and Family*, 42, 3, 585-593.
- Jourard, S.M. (1972). Some Dimensions of the Loving Experience. En: H.A. Otto (Ed.), *Love Today: A New Exploration* (pp. 42-48). New York: Association Press.
- Kahn, M. (1970). Non Verbal Communication and Marital Satisfaction. *Family Process*, 9, 4, 449-456.
- Kimble, C., Hirt E., Díaz-Loving, R. & Harmon, H. (2002). *Psicología Social de las Américas*. México: Pearson Educación.
- Locke, H. & Wallace, K. (1959). Short Marital Adjustment and Prediction Tests: Their Reliability and Validity. *Marriage and Family Living*, 2, 251-255.
- Michaud, S. L. & Warner, R. M. (1997). Gender Differences in Self Report Response to Troubles Talk. *Sex Roles*, 37, 7-8, 527-540.
- Miller, S., Nunnally, E. & Wackman, D. (1976). A Communication Training Program for Couples. *Social Casework*, 57, 9-18.
- Mitchell, C. (1982). Recognizing and Accommodating Different Communication Styles in Marriage. *Family Therapy*, 9, 3, 20-45.
- Nina, E. R. (1985). *Auto-divulgación y satisfacción marital en matrimonios de México y Puerto Rico*. Tesis de Maestría no publicada. México: Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Nina, E. R. (1991). *Comunicación marital y estilos de comunicación: Construcción y validación*. Tesis de Doctorado no publicada, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Norton, R. W. (1978). Foundation of a Communicator Style Construct. *Human Communication Research*, 4, 2, 99-112.
- Norton, R. W. (1988). Communication Style Theory in Marital Interaction: Persistent Challenges. En: O. W. Duck, (Ed.) *Handbook of Personal Relationships*, (pp. 307-324). London: John Willey.
- Plechaty, M., Couturier, S., Cote, M. & Roy, M. (1996). Personality and Close Relationship. *Psychological Reports*, 78, 2, 657-658.
- Richie, L. D. & Fitzpatrick, M. A. (1990). Family Communication Patterns: Measuring Intrapersonal Perception of Interpersonal Relationships. *Communication Research*, 17, 4, 523-544.
- Rivera, A. S. & Díaz-Loving, R. (2002). El impacto del uso del poder en la satisfacción marital. *La Psicología Social en México*, 9, 701-715.
- Roca, C. M. (2003). *Efectos de los estilos de comunicación y los estilos de negociación en la satisfacción de pareja*. Tesis Licenciatura no publicada, México: Facultad de Psicología, UNAM.
- Rosen-Grandon, J. R., Myers, J. E. & Hattie, J.A. (2004). The Relationship Between Marital Characteristics, Marital Interaction Processes and Marital Satisfaction. *Journal of Counseling and Development*, 82, 58-82.
- Sánchez, A. R. & Díaz-Loving, R. (2003). Patrones y estilos de comunicación de la pareja: Diseño de un inventario. *Anales de psicología*, 19, 2, 257-277.
- Singer, H. S. (1981). Self-Disclosure and Marital Satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 6, 1150-1159.
- Tucker, P. & Aron, A. (1993). Passionate Love and Marital Satisfaction at Key Transition Points in the Family Life Cycle. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 12, 135-147.