

“YO SI QUIERE SE LO EXPLICO”. CONTROL Y PODER EN INTERACCIONES ENTRE CLIENTES Y EMPLEADOS

Luzia Domínguez Seco
Universidad de Cardiff

[Publicado en la Revista *Oralia*, vol. 10]

0. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se abordará la producción y reproducción de relaciones de poder en las interacciones cliente-empleado en una empresa de aguas¹. El análisis presentado parte de una investigación comunicativa llevada a cabo en una compañía de aguas en una ciudad gallega, como parte de las actividades del proyecto Comtecno (Universidade da Coruña, Área de Lingüística)². Partiendo de la investigación interdisciplinar realizada por el equipo, se realizará un análisis que toma elementos de la Sociolingüística Interaccional, Pragmática, Antropología Lingüística, el Análisis Conversacional de corte etnometodológico y el Análisis Crítico del Discurso. Así mismo, nos basaremos en algunas de las teorías sociológicas que han venido influyendo en estas corrientes, en particular, en las aportaciones de Bourdieu, Goffman y Habermas.

En lo que atañe al método analítico, concordamos con Sarangi y Roberts (1999: 10) en señalar la necesidad de “un enfoque integrador a la hora de estudiar el lugar de trabajo, de forma que se examinen conjuntamente el orden interaccional y el orden institucional”³. En esta línea, el presente trabajo pretende dar cuenta de cómo el orden institucional se manifiesta en la comunicación cara a cara, pero atendiendo a la complejidad y dinamismo de las construcciones socio-discursivas. Para la interpretación de los hechos interaccionales, se

¹ El nombre de la compañía y la ciudad en donde se encuentra han sido omitidos para garantizar la confidencialidad.

² El trabajo de campo para esta investigación, enmarcada en el proyecto COMTECNO (Dept. de Galego-portugués, Francés e Lingüística, Universidad de A Coruña), fue realizado durante el disfrute de una beca postdoctoral de la Universidad de A Coruña. La recogida y catalogación de datos fueron posibles gracias al apoyo económico de dicho Proyecto. Debo a este mismo apoyo el haber podido aportar mi perspectiva a los análisis realizados por los miembros del Proyecto. Agradezco a Esperanza Morales López y Celso Álvarez Cáccamo (miembros del Proyecto) sus comentarios y correcciones a este artículo.

³ “...an integrative approach to workplace study which brings together the interaction order and the institutional order” Sarangi y Roberts (1999: 10). Todas las traducciones son de la autora.

observarán las relaciones de poder y los procesos de cambio y reproducción del *statu quo* en el contexto social. También se tendrá en cuenta que en el contexto de interacción pueden encontrarse identidades, ideologías y marcos interpretativos diferentes, que, compartidos o no por los participantes, aparecen sucesiva o simultáneamente en la interacción y se vinculan de forma no unívoca con las relaciones de poder.

De esta manera, no todas las conductas interaccionales son atribuibles a la simple creación/reproducción de un dado orden social y unas determinadas relaciones de poder. Por el contrario, es necesario examinar “las complejidades de los marcos de contextualización pragmática, múltiples e incrustados de diversas formas, pues sólo así podremos comprender el significado índice de lo que se dice” (Silverstein 1997 p. 632), además de “enlazar la política de lo abstracto y macro[social] con la experiencia de lo micro[social]” (p. 633)⁴.

1. LA PRESENTE INVESTIGACIÓN Y SU CONTEXTO SOCIAL

Este trabajo es el resultado de una investigación comunicativa llevada a cabo durante un periodo de dos meses (año 2001) en la compañía de aguas de una ciudad gallega. En aquel momento, la compañía sufría un proceso de reestructuración, ya que sólo recientemente se había hecho cargo de los servicios de agua. La recolección de datos se basa en los procedimientos utilizados en la Etnografía y la Sociolingüística Interaccional. Como miembro del proyecto Comtecno, la autora de este artículo llevó a cabo grabaciones y notas de campo en la sede de la compañía. Como resultado se obtuvieron aproximadamente ochenta intercambios, recogidos en 25 horas de grabación. De estos intercambios, 16 fueron seleccionados para su transcripción y análisis.

Como se explica en Morales López, Prego Vázquez y Domínguez Seco (2005, 2006), la compañía referida viene gestionando el abastecimiento de agua y el tratamiento de basura desde 2001. Los ciudadanos no tienen la opción de cambiar de compañía, ya que no hay otra disponible. Un 51% del capital de la empresa es público –del Ayuntamiento– y un 49% privado. Antes de la incorporación de la citada empresa, estos servicios eran gestionados únicamente por el Ayuntamiento. En este periodo previo a la parcial privatización, el Ayuntamiento procedía a cobrar un mínimo por el consumo de agua. Sin embargo, por lo

⁴ “...the complexities of such multiply and variously embedded frameworks of operative pragmatic contextualization only within which can we understand the indexical significance of “what-is-said” (Silverstein 1997, p. 632), “to engage with the politics of the abstract and macro in the experience of the micro” (p. 633).

general el consumidor no pagaba por los consumos que excedían este mínimo. Con la privatización se pretendía regularizar los pagos y mejorar la organización de los servicios. El tratamiento de residuos era un nuevo servicio, orientado al reciclaje, que la compañía privada se limita a gestionar, transfiriendo los fondos a la institución pública correspondiente (la Xunta de Galicia).

Esos cambios generaron numerosos conflictos con el público, a menudo basados en ideas infundadas, generadas en el entorno social. Así, la opinión pública percibió fundamentalmente un incremento en el costo del servicio, pero no entendió las razones para tal incremento; este se debe fundamentalmente al cobro de los excesos de consumo y a la inclusión del servicio de transformación de los residuos, pero el público lo atribuía a la privatización en sí misma. Esta situación generó una fuerte animadversión contra la compañía, alimentada por la oposición política al partido en el gobierno local, así como por varias organizaciones con influencia en la ciudad.

En este contexto social están implicadas diversas relaciones de poder. La más obvia es la que se da entre el poder institucional y la ciudadanía. En las interacciones orales de la compañía con el consumidor, esta relación de poder se manifiesta en el hecho de que clientes y empleados suelen asumir sin cuestionamiento el orden social propio de un encuentro institucional: el empleado controla la interacción y posee un saber reconocido. Así, en este discurso subyacen asunciones de sentido común que reflejan la naturalización de la ideología dominante: las instituciones y, como su representante, el empleado, tienen legitimidad en lo que concierne a los asuntos públicos. Por este motivo, es bastante general que el cliente acepte de antemano la competencia de la profesional como tal y, por lo tanto, su derecho a dirigir el curso del encuentro. Esta es, por otro lado, la situación normal en las relaciones entre las instituciones y el ciudadano, y es más bien la ruptura de este orden lo que resulta interesante.

Efectivamente, muchas veces las asunciones ‘normales’ del público respecto a las instituciones son cuestionadas en la comunicación de los clientes con la empresa. Esta resistencia frente al orden institucional es el resultado de la lucha de poderes locales manifestada en el conflicto de la empresa de aguas. De hecho, podemos afirmar que los procesos de resistencia por parte de la clientela no se producen de manera ‘natural’ como un resultado inevitable de la modificación de la gestión del agua. Por el contrario, lo ‘natural’ es que los clientes, incluso si personalmente no concuerdan con la gestión institucional,

mantengan las buenas maneras propias del contexto institucional y presuman la competencia del representante institucional. Pero en este contexto la normalidad del ‘cuestionamiento democrático’ prevalece frente al ‘cosentimiento democrático’. Esto es, saliéndose de las prácticas más habituales y menos conflictivas, los ciudadanos perciben que la situación es en alguna medida especial y reclaman abierta y masivamente su derecho a protestar.

La legitimidad institucional está siendo cuestionada, ya que la privatización se discute en los medios de comunicación y en la calle. Los partidos políticos en la oposición, así como diversas organizaciones locales, aparecen en el ámbito público criticando las modificaciones en el tratamiento del agua y residuos, con lo que se genera un estado de opinión que deslegitima la intervención del Ayuntamiento. Como explica Habermas (1990: 268-274), en el mundo social, las opiniones circulan desde el ámbito legítimo, donde generalmente operan los “líderes de opinión”, hasta el ámbito privado, condicionando la forma en que la gente común ve la realidad. Al mismo tiempo, las opiniones informales, privadas, son utilizadas y transformadas en el círculo público de la publicidad: así, por ejemplo, el partido mayoritario utiliza la confusión de los consumidores y su descontento ante un incremento de la factura para generar un discurso que presenta al Ayuntamiento como un mal gestor que toma decisiones incorrectas en perjuicio del público. Este tipo de discurso refuerza la legitimidad de los individuos para resistirse ante la acción institucional.

Si bien no voy a profundizar en las luchas políticas vinculadas al conflicto del agua, he de destacar que lo más relevante es el enfrentamiento entre partidos políticos en su lucha por obtener la victoria en las siguientes elecciones⁵. En última instancia, ni los partidos ni las otras organizaciones cuestionan realmente la privatización (en este caso, parcial) del servicio. Muy probablemente, esta privatización hubiese sido emprendida con cualquier partido en el gobierno, y hubiese sido criticado por parecidos o diferentes motivos. Pero se trata de sostener ideológicamente las propias posiciones y deslegitimar las posiciones de los adversarios en las luchas por el poder simbólico.

⁵ La coalición que gobernaba en este momento estaba formada por el socialdemócrata PSOE (en ese momento, primer partido de la oposición tanto en el gobierno regional como estatal) y el BNG, un partido nacionalista gallego de izquierdas, entonces la tercera fuerza política gallega. El alcalde de la localidad pertenecía a este último grupo. El primer partido en la oposición local era el conservador Partido Popular, que en ese momento gobernaba tanto en Galiza como en España. La distribución de partidos en el Ayuntamiento significaba que la derecha debía mostrarse especialmente beligerante con el partido gobernante, ya que en la política gallega el PP y el BNG han sido siempre fieros contrincantes, y también dado que el BNG estaba gobernando en minoría. La alternancia entre gobiernos de derechas y de izquierdas ha sido particularmente frecuente en esta localidad, a menudo con pequeñas diferencias en cuanto al número de votos. Así, cada legislatura suele significar que la oposición emprende numerosas campañas encaminadas a desacreditar al partido gobernante y por lo tanto obtener la victoria en las elecciones siguientes. Los subsiguientes comicios se celebraron en 2003; como resultado el gobierno local pasó a ser gestionado por una nueva coalición, formada por el PP y los también conservadores IF, siendo el alcalde del primer grupo.

El resultado de este ambiente social es una clientela que se considera legitimada para cuestionar la intervención institucional, cuando por lo general la hubiera considerado normal y/o la hubiera asumido como inevitable. En esta situación, la mayor parte de la ciudadanía sigue llevando la peor parte en el reparto de poder, ya que no puede intervenir realmente en los asuntos que le conciernen. Lo que sí puede hacer es contribuir al estado de tensión política y enfrentarse verbalmente a las empleadas. En la práctica comunicativa observada durante la investigación, se producen críticas y/o transgresiones del orden interaccional que afectan a los empleados de la compañía sin incidir (por lo general) sobre las decisiones de la organización.

Así, los efectos de estos micro-procesos sobre el orden institucional, si existen, suelen ser mínimos: la resistencia de los clientes refleja una reorganización institucional; pero no incide sobre ella sino para reforzar, en el entorno social, una 'ideología del estigma' contra la empresa. Esta 'ideología' refleja, y es el resultado de, la lucha política subyacente. Por su parte, los empleados de la compañía repiten continuamente una determinada representación de los hechos (presentada como objetiva, favorable para interés general, etc.). Ello pone en circulación el discurso de la empresa y, por consiguiente, elabora la (re)producción de lo que llamaré la 'ideología de la empresa'. Este discurso se opone al discurso que produce y reproduce la 'ideología del estigma', sentando las bases para normalización social de la nueva gestión del agua.

Hay que destacar que el representante institucional (el empleado) posee un saber socialmente reconocible. Su legitimidad (es decir, el reconocimiento social de su saber) se asienta en la organización representada, al tiempo que contribuye a que el discurso de la empresa sea aceptado por la opinión pública. No obstante, tanto dicha legitimidad como la capacidad de intervención práctica del empleado son muy limitadas. En primer lugar, estas personas no poseen el capital cultural de una carrera universitaria, ni son especialistas en el campo, de forma que su reconocimiento como expertos no está asegurada. En segundo lugar, ocupan los puestos más bajos dentro de la jerarquía de la organización: su voz no tiene el mismo valor que la de un directivo; han de atenerse a las regularizaciones dictadas por sus superiores; deben conocer y dar a conocer una reglamentación sobre la que no tienen ninguna capacidad de decisión. Por último, la mayor parte de estas profesionales son mujeres. En la localidad, con abundante población obrera, muchos trabajadores poseen una experiencia y

acreditación profesional que les legitima como expertos en “tuberías”⁶. Las empleadas de la empresa de aguas se enfrentan a esta legitimidad y, en general, a una ideología machista según la cual ellas no pueden conocer bien estas cuestiones.

En el día a día de la empresa se producen situaciones de continua tensión. Durante el desarrollo del trabajo de campo, muchas veces se reunían en el local gran cantidad de clientes. Estas personas intercambiaban experiencias o quejas y hacían circular habladurías. En este ambiente de animadversión colectiva, que se origina ya en el discurso público, es más frecuente que los clientes griten a los empleados o cuestionen abiertamente sus capacidades. Los profesionales que atienden al público son la cara visible de un poder institucional que está siendo cuestionado.

Un año después de realizar la etnografía (esto es, en el año 2002), las informantes describían una situación mucho más favorable en sus relaciones con el público. Las protestas eran más aisladas, y raramente había muchas personas esperando. Entrado ya el año 2003, los clientes habían reducido al mínimo sus quejas y reclamaciones. Este mismo año, la empresa emprendía reformas y su sede se mudaba a un edificio más amplio y moderno. De esta manera, la situación podía considerarse normalizada: tanto la reestructuración del servicio como la disputa mediática habían concluido, la ciudadanía había asumido las consecuencias de la intervención institucional⁷.

2. LA SITUACIÓN DE LOS ENCUENTROS

Agar (1985) destaca que las organizaciones privadas exigen por lo general al empleado una resolución rápida y eficiente de los encuentros con el cliente. Este no es siempre el caso en la compañía de aguas, ya que aquí las expectativas de los representantes institucionales pasan también por enfrentarse a un público descontento. En general, este desconoce los hechos que le afectan y, por consiguiente, el profesional ha de dar explicaciones, y a menudo persuadir al

⁶ Se trata de trabajadores o jubilados de los astilleros, principal fuente económica de la comarca. Entre la clase trabajadora de la zona, la competencia profesional forma parte de un capital simbólico relevante para la posición social del trabajador y su familia. La expresión “saber de tuberías” aparece en el relato de una empleada, como discurso referido atribuido a un cliente que cuestiona su conocimiento del tema. Otro informante, trabajador jubilado, explicó la expresión aludiendo a los estudios y experiencia de estos trabajadores.

⁷ Esta información relativa a los años posteriores procede de ocasionales visitas que la investigadora realizó a la empresa. Durante esas visitas, se informó a los directivos de la marcha de los análisis y publicaciones, y se tuvieron breves entrevistas con los empleados. Cabe destacar que, a pesar de la normalización de la situación, algunos empleados declararon que aún que no se atrevían a decir públicamente dónde trabajaban. Para ellos, la ‘ideología del estigma’ persiste. Efectivamente, quizá en el nivel de las opiniones ‘auténticas’ el cliente común siga compartiendo tal ideología. Pero esto no tiene los efectos relevantes que se generaron en el momento de la polémica pública.

cliente de que la acción de la empresa es adecuada (respecto a la necesidad de explicar y convencer, véase también Agar, op. cit.). Las expectativas y estrategias de la empresa se orientan en esta misma dirección, ya que se favorece la dedicación de los profesionales a cada caso particular y no se les exige una particular rapidez en la resolución de los encuentros.

Este tipo de expectativas y estrategias son acordes con el contexto social: la empresa es nueva y supone un conflicto en la localidad. En este medio, el discurso de los empleados se elabora, en buena medida, como un contra-discurso opuesto a la ideología del estigma. El desarrollo de una argumentación adecuada a cada cliente es rentable para la organización, ya que contribuye a la diseminación de la ideología de la empresa en ese medio social. El discurso producido en las interacciones concretas no se limita a estas, sino que también circula “a través de una notable diversidad de tiempos, espacios y modos de representación” (Briggs 1997: 455), tanto en la comunicación cara a cara como en los medios de comunicación⁸. Por consiguiente, las condiciones de producción y reproducción del discurso de la empresa inciden sobre las expectativas de la organización y de los participantes, así como sobre el tipo de discurso que construyen los profesionales.

Además, las expectativas y el tipo de estrategias comunicativas desarrolladas en la interacción son producidas y reproducidas por las condiciones materiales de la interacción y por las posiciones que los interactuantes toman en ese medio físico. Así, la disposición del mobiliario crea unas determinadas condiciones para la interacción. Es relevante respecto a las posibilidades de aproximación o distanciamiento entre los actores y contribuye a la definición más o menos formal de la situación. Paso por tanto a describir el lugar donde se producen los encuentros.

Se trata de un cuarto con cinco mesas donde se sitúan los empleados y empleadas. La mesa más próxima a la puerta es la caja, que por su aspecto no se diferencia de las otras⁹. Todas tienen dos sillas enfrente de la empleada, para uso de los clientes. El que las personas interactuantes se encuentren sentadas a la misma altura y frente a frente diferencia esta situación de aquellas es que, a través de una ventanilla o similar, el empleado está en todo momento separado de su interlocutor. Esta disposición de las mesas favorece las posibilidades de que la interacción se desarrolle durante un tiempo prolongado y/o con estrategias de aproximación entre los interlocutores, y diferencia este tipo de encuentros de otros más

⁸ “...across substantial ranges of time, space, and modes of representation” (Briggs 1997: 455).

⁹ Hay carteles tras las mesas, indicando sus funciones: “Caja” (entrando, a la derecha), “Atención al público” (tres mesas) e “Información” (frente a la puerta de entrada). En caja, las interacciones suelen ser más breves y centrarse en el aspecto transaccional de la interacción.

típicamente institucionales. Al mismo tiempo, el tamaño de la mesa mantiene una separación física entre los interlocutores, adecuada al carácter formal del encuentro.

Las mesas más cercanas entre sí tienen un panel de separación que aísla a unos interactuantes de otros. Así mismo, según es habitual en este tipo de locales, el cliente que habla con un empleado da la espalda a los clientes que esperan. De esta forma, el espacio físico facilita que el encuentro esté ritualmente separado de la concurrencia (Goffman 1972). En general, en las interacciones no intervienen otros empleados o clientes. Durante el trabajo de campo, la investigadora permanecía sentada detrás o al lado del empleado, en un espacio claramente escaso. En el desarrollo de las interacciones, tanto el empleado como los clientes solían actuar como si no ella estuviese presente; de la misma manera se comportaba la investigadora, tomando notas o aparentando leer. Este hecho muestra cómo esa separación ritual del intercambio es algo que los participantes tienen en sus expectativas y que construyen aunque en el espacio físico haya otras personas presentes: todos comparten la definición del encuentro como tal.

Durante las interacciones, el empleado consulta el ordenador e introduce datos en él. A menudo debe imprimir, y no siempre la impresora está en su mesa, ya que varios empleados comparten una sola máquina. Con frecuencia se levanta para recoger documentación o consultar con otros empleados o con un superior. Estas circunstancias suponen, por un lado, que muchas veces se impone una espera, con o sin interacción entre ambos participantes. Por otro lado, el uso del ordenador y documentos, y a veces el teléfono, destacan el carácter institucional del encuentro y refuerzan la autoridad del empleado.

3. EL DISCURSO EMPLEADO-CLIENTE

En la interacción empleado-cliente es habitual que se adopte la conducta propia del discurso institucional: se sigue la pauta de una interacción asimétrica con roles orientados al contexto institucional, ajenos a la identidad de los interlocutores como personas individuales y/o como miembros de grupos sociales (“estrategias despersonalizadoras”, Morales López, Prego Vázquez y Domínguez Seco 2005, 2006). Este tipo de estrategia, implícitamente consensuada por los participantes, favorece la presentación de la compañía y sus funciones como un hecho democrático, transparente y moderno. El empleado tiene el control y se reconoce su autoridad. Presenta la acción de la empresa como guiada por hechos objetivos y

establecidos por expertos, una acción que se atiene a reglamentaciones institucionalmente sancionadas y, en general, sigue reglas racionales.

Este supuesto de racionalidad, así como la presentación favorable de la empresa, están presente también cuando se usan “estrategias personalizadoras” (íbidem). En este caso, la mediación del empleado se orienta a reducir la tensión comunicativa y aproximar la administración al ciudadano. Se enfatiza la individualidad de los participantes, y pueden emerger identidades sociales ajenas al contexto institucional. Aunque el empleado controla el intercambio, se suele dar una mayor simetría entre las personas interactuantes: el cliente tiene más oportunidades de intervención (en el discurso y en la actividad institucional). De esta manera, el empleado se adapta mejor a los objetivos comunicativos y prácticos de su interlocutor. Este discurso es menos monolítico que el que se limita a estrategias más propiamente institucionales y en él pueden activarse una mayor variedad de marcos interpretativos.

Según se expone en Morales López, Prego Vázquez y Domínguez Seco (2005), el éxito del representante institucional no depende de que emplee uno u otro tipo de estrategia, sino de que consiga adecuarlas a las condiciones contextuales. En general, es la flexibilidad del empleado en el uso de diversas estrategias lo que le permite introducir adecuadamente al cliente en los marcos interpretativos institucionales (Agar 1985). Esto significa por una parte que las explicaciones del empleado proporcionan al cliente acceso a un saber especializado; además, esas explicaciones legitiman la actividad empresarial, sobre la base del supuesto de racionalidad y por el reconocimiento de autoridad (del empleado como experto y de las diversas instituciones como gestoras legítimas de los bienes públicos).

De tal manera, este ‘dar acceso’ supone también que se requiere el consentimiento del cliente respecto al conocimiento y a las prácticas institucionales (como racionalmente regulados), tanto en lo que atañe al funcionamiento de la empresa como al funcionamiento de la interacción. La adaptabilidad del empleado en el manejo de las fronteras entre la formalidad y el acercamiento personal es fundamental a la hora de que esta dinámica de acceso/consentimiento sea construida en colaboración con el cliente.

En cualquier caso, el acatamiento de la desigualdad interaccional no implica que el cliente haga suya la ideología de la empresa. Puede colaborar con las directrices institucionales sin por ello dejar de mostrar su descontento ante la gestión privada del agua. Inversamente, el cliente puede eludir o violar el orden interaccional propio de un contexto institucional, sin que

ello implique que cuestiona la gestión institucional en sí misma. Las diversas personas cuestionan o legitiman el discurso institucional o el orden institucional de formas diversas. Por consiguiente, siempre ha de tenerse en cuenta que las estrategias comunicativas no se vinculan de manera unívoca con una determinada posición ideológica o una determinada identidad social.

En nuestro corpus hay varias entrevistas donde las estrategias del representante institucional no son comunicativamente eficientes, en general debido al hecho de que los empleados son incapaces de usar las estrategias comunicativas de una manera flexible. Así, en las interacciones fallidas que hemos analizado en Morales López, Prego Vázquez y Domínguez Seco (2005), el cliente desafía la asimetría en lugar de colaborar en la negociación de roles desiguales, debido a que los empleados no logran mantener su autoridad o ganarse la confianza de los clientes.

Por otro lado, hay situaciones donde el cliente no se atiene a las normas generales de la cortesía, o deslegitima abiertamente al representante institucional como interlocutor válido. Por ejemplo, algunos clientes gritan a los empleados; o afirman que sin ninguna duda el empleado está equivocado; o llegan exigiendo ver al jefe. Algunos hombres son irrespetuosos con las empleadas, pero mantienen las formas si el interlocutor es también un hombre. Otro caso, referido por una informante (y al parecer repetido en varias ocasiones), es el de un trabajador que no cree posible que una mujer “entienda de tuberías” y afirma saber mucho más del tema que la empleada. Como se dice más arriba, en estos casos están implicadas ideologías referentes al género, donde, según el rol tradicional asignado a las mujeres, estas pueden saber mucho acerca de tareas domésticas y determinadas profesiones, pero no entienden de estos oficios, propios de hombres. Además, en este caso también es relevante la falta de un capital cultural específico por parte de las empleadas, capital que sí poseen muchos trabajadores de la zona: incluso desde un punto de vista puramente institucional, algunos ciudadanos son más expertos en la materia que las empleadas, que no tienen estudios en la materia, sino que son meras mediadoras entre los expertos de la empresa y los clientes.

En este trabajo me centraré en interacciones exitosas desde el punto de vista de la reproducción ‘normal’ del orden interaccional propio de un contexto institucional. En estos encuentros se reproduce el poder institucional en el sentido de que el empleado mantiene el control interaccional y enfatiza su rol de representante institucional. Por su lado, el cliente colabora en la construcción de una interacción acorde con los marcos de interpretación

institucionales y asume la disimetría y la autoridad del empleado. En esta negociación de un discurso asimétrico, se manifiesta el poder de las instituciones, ya que el control interaccional representa de forma práctica el orden institucional; pero se observa también cómo este orden interaccional no se corresponde siempre con el ejercicio de un poder efectivo por parte del empleado, ni con una reproducción unívoca del orden institucional. En este sentido, hay que destacar que la relación entre la reproducción de las relaciones de poder y la asimetría interaccional no es monolítica. Por el contrario, pueden operar en ella, simultánea o secuencialmente, diferentes parámetros y marcos interpretativos, no necesariamente dependientes de un orden social institucionalmente reconocido.

4. UN CASO DE PODER INSTITUCIONAL

El evento comunicativo que voy a examinar es típico dentro del corpus obtenido: en primer lugar, la posición de la clienta es de “reclamación” desde el principio de la interacción, cosa muy habitual en el medio observado. En este sentido, el ejemplo refleja la ideología del estigma generada socialmente en torno a la empresa. En segundo lugar, el caso es típico porque refleja la normalidad del consentimiento respecto a la intervención institucional, así como de la legitimidad del representante institucional como poseedor de un saber reconocido. Por último, la interacción se caracteriza por las explicaciones de la empleada. Esta se extiende largamente en una justificación de las acciones de la empresa. Su conducta refleja la ideología de la empresa, que está siendo creada como respuesta a la reacción del público.

El encuentro comienza sin intercambio verbal: La clienta llega con talante enfadado y entrega su factura a la empleada. Este no es un comienzo habitual, ya que más generalmente el cliente plantea una duda o queja tras un inicio con los saludos de rigor (“Buenos días”, etc.). Este inicio exhibe el descontento de la clienta: ella espera de la representante institucional una reacción acorde con su expectativa de que hay un cobro excesivo. La empleada habla para sí mientras comprueba los datos en el ordenador. A continuación, inicia una explicación. La clienta solicita aclaraciones a las que responde su interlocutora. Como puede verse en la línea 26, la empleada intenta mantener el control interaccional indicando que su discurso tiene un orden determinado:

Caso (1) AU130901BI
Empleada en "Información". Clienta: Señora de unos cuarenta años. Aspecto urbano y actual, traje de chaqueta con falda. La señora tiende un documento (su factura) a la empleada y se sienta, sin hablar.

1. E1: xx xx
2. (33 segundos de silencio)
3. segundo B,
4. la dirección.
5. xx xx
6. la dirección.
7. (30 segundos de silencio)
8. Ejem.
9. Vamos a ver.
10. En e::l sobreconsumo,
11. mm, mm, se le comenta aquí,
12. donde mayor xx xx
13. de julio y agosto
14. que son los que...
15. El recibo está en cobro
16. ahora,
17. que se acaba de cobrar.
18. C: El consumo,
19. ¿qué dicen?
20. Julio y agosto.
21. (1)
22. E1: No, no.
23. (1)
24. Eh...
25. (1)
26. aún no llegamos ahí.

Continuando con su explicación, la empleada es interrumpida por la clienta, que emite una valoración implícita:

Caso (1) AU130901BI

37. E1: Me [explico.]
38. C: [xx xx]
39. otra vez.
40. Porque si no...
41. Si te digo la verdad,
42. es que lo del agua es...,
43. una cosa que no...
44. E1: Yo no sé...
45. Yo no sé qué cosa cogió todo el mundo...,
46. [con el tema del agua.]
47. C: [No, mira, nos...]
48. Nos pasa a todo el mundo.

La clienta hace manifiesta su valoración negativa de la gestión empresarial del servicio, valoración que no se presenta como tal (creencia evaluativa), sino como una "verdad" (creencia fáctica) sobre lo que son las cosas ("lo del agua es..."). Sin embargo, no se completa el enunciado. La réplica de la empleada deslegitima la opinión de su interlocutora: "No sé qué cosa cogió todo el mundo con el tema del agua". Implícitamente, se sitúa a sí misma en una

posición racional, desde la que no entiende la reacción ‘irracional’ del conjunto de la población. La acción está expresada a través de un verbo que funciona como predicado evaluativo (van Dijk 1998: 112-114; 251). La población ha “cogido” una “cosa” imprecisa. La “cosa” queda implícitamente definida a través del enunciado en su conjunto, y particularmente a través del verbo ‘coger’. En este uso, el verbo no predica una actividad racional. Las personas pueden ‘coger’ cosas como una manía, un enfado o una enfermedad, pero no se espera que ‘cojan’ una conclusión racional¹⁰. Así, si bien el enunciado se presenta, de nuevo, como una creencia fáctica, el uso de ese verbo implica que la empleada está expresando una valoración.

Por otra parte, la empleada opera una colectivización e indeterminación del agente discrepante (van Leeuwen 1996): “todo el mundo”. Este tratamiento del agente es mantenido por su interlocutora. Pero es precisamente ese carácter colectivo y anónimo, donde la clienta se incluye, el que legitima la posición individual de la hablante: “No, mira, nos pasa a todo el mundo”. La reacción colectiva ante ‘lo del agua’ se presenta, así, como un resultado lógico de las acciones de la empresa.

El verbo “pasa” indica la posición de la hablante: “a todo el mundo” le “pasa” lo mismo, vale decir, a la gente ‘le pasa’ que alguien interviene (inadecuadamente) en su vida y se ve en la necesidad reclamar sus derechos. A la activación del agente colectivo por parte de la empleada se contrapone a la pasivización presentada por la clienta (van Leeuwen 1997): en el primer caso, la población en general es responsable de una (re)acción irracional; en el segundo caso, la población sufre una acción ajena, y la reacción es algo que ‘le pasa’ inevitablemente.

La señora continúa exponiendo el motivo de su queja (siempre ha pagado, y sin embargo se le cobran ahora recibos atrasados):

Caso (1) AU130901BI

68. Siempre que yo pagué los recibos
69. desde que me di de alta.
70. Pero, ¿qué recibos atrasados tengo?
71. Paso por esa.
72. (1)
73. El: No es cuestión...
74. No es cuestión de pasar por nada,
75. es cuestión de...

¹⁰ En el diccionario de la Real Academia Española, la primera acepción de “coger” es: “Asir, agarrar o tomar”. Las acepciones que pueden relacionarse con el uso en esta interacción son: “14. Tomar, recibir o adquirir lo que significan ciertos nombres. COGER *velocidad*, COGER *fuerzas*, COGER una *costumbre*, COGER *unas entradas de teatro*, COGER un *apartamento*.17. Agarrar, contraer una enfermedad.

76. (1)
77. Yo si quiere se lo explico,
78. de cuál fue el motivo...
79. (1)
80. C: [¿De que lo co-]
81. E1: [Si quiere se lo] explico.
82. C: ¿De que lo cogisteis
83. y de que no...,
84. pasaron los recibos,
85. no sé qué?
86. (1)
87. xx xx
88. E1: Que los recibos, eh...
89. se llevaba,
90. C: Sí.
91. E1: por lo menos,
92. los últimos
93. diez
94. años
95. pagando recibos atrasados.
96. Es decir,

En la línea 71 la señora dice “paso por esta”, es decir, consiente algo que considera impropio. La réplica de la empleada está orientada esta vez a legitimar la acción de la empresa: “No es cuestión de pasar por nada”, ya que las acciones de la empresa son correctas. Inmediatamente introduce una expresión utilizada con frecuencia por los empleados: “Yo si quiere se lo explico”. Se trata de un uso que, según declaran los propios empleados, se orienta a evitar que el cliente se considere obligado a aceptar la explicación. En términos pragmáticos (Brown y Levinson 1987), se trata de no amenazar la imagen negativa, para lo cual se atenúa el grado de imposición a través del ofrecimiento. Por otro lado, con esta acción la empleada marca su rol como representante institucional que domina un determinado saber y ofrece acceso a él, a la vez que anuncia el desarrollo de una interacción encuadrada en un marco de interpretación institucional. La clienta responde colaborativamente, dando por supuesta la competencia de la empleada en el manejo del saber y cediendo el control del discurso¹¹.

A partir de este momento, la empleada toma el control de la interacción y pasa a explicar las normas, procedimientos e incidencias que atañen al cobro del agua. La clienta colabora haciendo preguntas y solicitando aclaraciones, dejando que la representante se extienda en sus turnos. La empleada abunda en narrativas donde relata el desarrollo del procedimiento institucional, con ejemplos concretos y generales, proporcionando información sobre los datos de la clienta, etc. La clienta asume el control interaccional, pero mantiene un posicionamiento discordante.

¹¹ Compárese con la entrevista 3 en Morales López et alii (2005): allí, la empleada no se atiene a las normas adecuadas para la preservación de la imagen negativa de su interlocutora, sino que dice en tono desafiante: “Si quiere que se la expliquemos, se la explicamos, si no no, eh...”. De esa manera, en lugar de evitar un conflicto, lo provoca.

Hay algunos momentos donde la profesional procura llevar el control interaccional y explicar la racionalidad de las normas, mientras la clienta intenta argumentar en contra. A continuación se muestra una de estas ocasiones en donde se destaca la discordancia, manifestada en una competición por la toma de turno:

Caso (1) AU130901BI

388. E1: me trae su recibo,
389. eh,
390. porque teníamos cuentas atrasadas.
391. (1)
392. C: Pues, bueno.
393. Mira,
394. no puede ser así,
395. xx xx xx.
396. E1: Ya,
397. pero es que si xx
398. no se qué,
399. pues nada;
400. no [es nada.]
401. C: [xx xx]
402. [xx xx]
403. E1: Enton][ces,]
404. C: [Sí,]
405. porque...
406. si [xx xx xx]
407. E1: [Yo, si quiere,]
408. le sigo explicando.
409. (1)
410. En septiembre,
411. en septiembre y octubre
412. le facturamos [el de enero.]
413. C: [El de enero.]
414. Sí.
415. E1: Se pone al cobro de enero.

Aquí se producen varias superposiciones de voz, donde ambas participantes intentan argumentar al mismo tiempo. La empleada recobra el control a través de un ofrecimiento similar al que veíamos más arriba. De nuevo, el enunciado mitiga la imposición; pero en esta ocasión el acto de habla indirecto está más próximo a un directivo. Al decir: “Yo, si quiere, le sigo explicando”, la empleada propone implícitamente un retorno de la conversación a la línea ‘adecuada’, es decir, la enmarcada en un contexto institucional. En este caso, se trata de que la clienta retome la conducta orientada a roles, establecida en el discurso precedente. Con ello, también sugiere que la clienta debe plegarse a las explicaciones y, por tanto, al control interaccional que su interlocutora viene ejerciendo. Al mismo tiempo que evita mayores luchas por el turno y excluye el directivo explícito, esta acción enfatiza la legitimidad de los roles asociados a los marcos institucionales. La clienta asume en seguida la asimetría.

Al término de la interacción, la empleada resume la futura mejora en la gestión de los cobros. Con ello, sintetiza también su posicionamiento como representante, al enfatizar lo que de positivo hay en la actuación de su organización:

Caso (1) AU130901BI

1822. C: Bueno,
1823. [yo voy a controlarlo.]
1824. E1: [Entonces, de todas formas,]
1825. [eso...]
1826. C: [a ver lo] que...
1827. E1: Se... Se soluciona
1828. cuando [sea]
1829. C: [Sí.]
1830. E1: por el consumo real.
1831. C: Eso.
1832. E1: Por el consumo real.
1833. C: Vale,
1834. venga,
1835. hasta luego.

La clienta, por su lado, emite breves señales de concordancia, para cerrar inmediatamente la conversación: “Sí/eso/vale/venga/hasta luego”. El cierre es breve y resulta frío por ambas partes. La clienta se marcha rápidamente y la empleada no responde al saludo, acaso porque considera ya cerrado el encuentro. Las interactuantes mantienen en el cierre los posicionamientos que han sostenido a lo largo del encuentro: la empleada, argumentando a favor de la empresa y la clienta colaborando con la disimetría, ambas orientando su conducta al cumplimiento de roles institucionales. El descontento manifestado por la clienta es silenciado en el proceso, pero lo abrupto del cierre muestra que este posicionamiento continúa también hasta el final del encuentro. El orden discursivo es preservado, pero el desacuerdo es patente.

La forma en que la empleada gestiona el desempeño de su rol no favorece la concordancia de la clienta: bombardea a su interlocutora con argumentos, impidiendo que se extienda e imponiéndole un determinado orden interaccional. En este orden, regido por los marcos institucionales, la clienta manifiesta una escasa competencia, ya que no moviliza recursos argumentativos adecuados. Además, la empleada apenas se adapta a los marcos del cliente para proporcionar datos sobre el caso concreto de su interlocutora. En este proceso, la abundancia de explicaciones no sirve tanto para brindar acceso como para deslegitimar las opiniones generadas en los marcos del cliente y legitimar los marcos institucionales de la

empresa¹². Esta dialéctica deslegitimación/legitimación acaba forzando a la clienta a expresar su conformidad.

La profesional actúa así investida del poder que le proporciona la institución y que la legitima para ‘estar en posesión de la verdad’, ya que es la experta. Esta verdad es acatada por la clienta, que no concuerda con lo que a ella le atañe pero acepta en general los argumentos que se le dan. Así pues, la clienta asume el orden interaccional y acepta la presentación institucional de los hechos, la ideología de la empresa que le transmite su interlocutora. Eso no significa que su opinión haya cambiado, sino que se ha plegado a un orden interaccional que presupone y construye la hegemonía del consentimiento y, así, reproduce el orden institucional.

Respecto a las estrategias por las que la representante institucional, en el cumplimiento de su rol, ejerce el poder son en general “prácticas constitutivas”: es decir, prácticas lingüísticas en que el poder se manifiesta en la construcción de las instituciones, roles y estatus. En este tipo de prácticas, el papel del lenguaje “es el de articular ideología de forma continuada, insistir en sistemas de creencias que legitiman las instituciones de poder” (Fowler 1985: 64)¹³. A través de las explicaciones, narrativas y ejemplos-tipo, a través del control interaccional, la empleada transmite la ideología de la organización que representa y, en general, la ideología dominante sobre el papel social de las instituciones. De esta manera, impone interaccionalmente una determinada visión de la realidad.

En la conversación observada encontramos también “prácticas directivas” en boca de la empleada. Entiendo por prácticas directivas aquellas que incluyen actos de habla u otras acciones comunicativas explícitamente manipulativas¹⁴. La más patente es la interrupción reiterada cuando la clienta intenta extenderse en sus turnos, como en uno de los fragmentos examinados más arriba. Las prácticas directivas no abundan, lo que pone de manifiesto la eficacia de las prácticas constitutivas en una interacción donde el cliente colabora. Este tipo de conducta interaccional, reiterada en los contextos institucionales, es un indicio de la

¹² Sobre la deslegitimación de la opinión del público, es destacable una afirmación que la empleada hace en tres ocasiones, ante objeciones de la clienta: “Es tan fácil de entender...”. Aquí no hay protesta posible, la acción de la empresa es legítima y el público debe entenderla, lo cual no debería ser difícil. Este es un argumento habitual en las explicaciones de los gobernantes sobre sus motivaciones. Nótese que este juego verbal traslada la responsabilidad desde el gobernante hacia el gobernado: es la incompetencia de este a la hora de comprender lo que hace aparecer las decisiones gubernamentales como inadecuadas. Así, se presupone que la comprensión implica el acatamiento, ya que los motivos del agente institucionalmente reconocido son en todo caso racionales y adecuados a la situación.

¹³ “is to continuously articulate ideology, to insist on systems of beliefs that legitimate the institutions of power (Fowler 1985: 64; ver también Fowler et alii 1979).

¹⁴ Las directive practices “include explicitly manipulative speech act (...) and interpersonal practices which, while not speech acts, nevertheless carry clearly recognized social meanings in the area of power” (Fowler 1985: 64).

estabilidad del consentimiento en el mundo social: haciendo muchas veces innecesarias las prácticas directivas, el poder opera en las mismas disposiciones cognitivas de los agentes sociales. Un grado mayor de coerción podría haber incitado a los ciudadanos a no colaborar, sobre todo en situaciones conflictivas como la que vive la localidad.

La legitimidad de la intervención institucional no impide que se reconozca el derecho de los ciudadanos a exigir que se les expliquen las razones de la misma. De ahí la relevancia de enunciados como “Si quiere se lo explico”. Si hablamos en términos de derechos y deberes, este enunciado nos recuerda que el empleado debe respetar al ciudadano (en términos pragmáticos, preservar su imagen negativa) y brindarle acceso al saber especializado. En contrapartida, este debe reconocer la autoridad institucional y colaborar en la construcción de la ideología de la empresa que legitima las acciones de la misma como racionales. Así, el consentimiento es la contrapartida del respeto y el acceso a la información, y los tres aspectos implican la orientación de los participantes hacia unos marcos institucionales que reproducen la ideología dominante en las democracias occidentales.

Por otro lado, en la colaboración del ciudadano con el orden interaccional hay un elemento vinculado al habitus dominado¹⁵ (Bourdieu 1997): el ciudadano, como cliente de cualquier institución, es un lego que debe delegar, tanto en conocimiento como en toma de decisiones. En otros términos, el público sabe que, al final, las decisiones las toman los demás. Por lo tanto, la clientela tenderá a asumir la normalidad de las formas y decisiones institucionales. Esta tendencia forma parte del sentido práctico de los grupos dominados, pues la resistencia abierta enfrentaría a estos agentes con estructuras y procesos que no están en condiciones de cambiar.

5. UN CASO CON DOBLE SENTIDO

El segundo caso que voy a presentar da cuenta de cómo en ocasiones el cliente puede acatar la disimetría interaccional y, sin embargo, dirigir la interacción en la dirección que le interesa. El comienzo del encuentro marca su tónica general: el empleado lleva el control

¹⁵ “Los agentes sociales (...) no son partículas sometidas a fuerzas mecánicas y que actúan bajo la imposición de causas; como tampoco son sujetos conscientes y avezados que obedecen a razones y que actúan con pleno conocimiento de causa (...) Los ‘sujetos’ son en realidad agentes actuantes y conscientes dotados de un sentido práctico (...) Sistema adquirido de preferencias, de principios de visión y de división (lo que se suele llamar un gusto), de estructuras cognitivas duraderas (...) y de esquemas de acción que orientan la percepción de la situación y la respuesta adaptada. El habitus es esa especie de sentido práctico de lo que hay que hacer en una situación determinada” (Bourdieu 1997: 41-42).

interaccional y hace preguntas que el cliente responde, o enuncia explicaciones (breves) que el cliente acepta. El cliente realiza peticiones y colabora con la disimetría interaccional. Desde este punto de vista, la interacción sigue las pautas ordinarias en este tipo de discurso. Pero las preguntas del representante institucional no pueden separarse de una particularidad en la conducta del cliente: este no explica sus objetivos ni da indicios sobre ellos, así que el empleado se ve en la necesidad de establecer hipótesis y preguntar.

El silencio, la ambigüedad y escasez de la información proporcionada, constituyen las estrategias por las cuales el cliente logra sus objetivos. A esta conducta se suman sus disposiciones corporales, en parte también verbalizadas: se sienta inmediatamente, como esperando un encuentro largo, y da muestras de torpeza (lógica a su edad), lo cual le define como alguien que necesita ayuda. Tales disposiciones son relevantes para el posicionamiento interaccional del empleado. Por ejemplo, cuando el profesional sugiere que el cliente cambie de mesa (línea 8), recibe el silencio por respuesta. Pero la postura del cliente, que sigue en su silla sin dar indicios de disponerse a marchar, es suficientemente elocuente. Así mismo, su torpeza sugiere la idea de que los ancianos tienen dificultades para comprender el discurso institucional y, por lo tanto, también deben ser ayudados discursivamente. El encuentro comienza así:

Caso (2) AU251001

Empleado en "Caja". Cliente de unos 75 años, de aspecto informal y "obrero". Hay bastante público esperando. Las personas que llegan deben coger número y aguardar a ser llamadas. En ese momento no hay nadie en caja, de manera que este señor llega, se dirige a la mesa y se sienta.

1. E4: Buenos días.
2. C: Hola (se sienta).
3. (2,5)
4. ¡Ay!
5. (2)
6. E4: ¿Venía a pagar?
7. C: No.
8. E4: Es que esto es la caja, eh.
9. (3)
10. Si, no, tiene que ir aquí,
11. a estas mesas de atención al cliente.
12. C: Y está usted...
13. (2)
14. Y... Puede...
15. (1)
16. mirar,
17. a ver si están mis... Mis..., recibos
18. (2)
19. en... La Caja.
20. E4: Sí, ahora,
21. ¿tiene ahí algún recibo?

El cliente no dice cuál es su objetivo, se limita a esperar. El inicio del empleado, tras unos segundos, impide un silencio más largo. Una espera mayor sería embarazosa en una conversación ordinaria, y resulta totalmente inadecuada en este contexto: estamos en la “caja”, donde deben desarrollarse encuentros transaccionales rápidos¹⁶. El empleado necesita alguna información sobre los marcos de interpretación del cliente para introducir a su interlocutor en los marcos de interpretación institucionales. El inicio (línea 4: “¿Venía a pagar?”) conlleva la hipótesis adecuada al contexto y, por tanto, lleva también implícita la norma social correspondiente: los clientes normalmente acuden a la caja para realizar pagos. Así, el empleado toma el control del discurso y al mismo tiempo sugiere al cliente el rol que debe desempeñar. Pero el cliente no está en la caja para pagar, de forma que el empleado le informa de que “...esto es la caja, eh”. Como quiera que el cliente no responde (obsérvese el subsiguiente silencio), el profesional indica con un directivo lo que ha de hacer el cliente: “Tiene que ir aquí a estas mesas de atención al cliente”¹⁷.

Como respuesta, el señor hace una petición: “¿Y puede mirar a ver si están mis recibos en la caja?”, una enunciación emitida de una forma dubitativa, con largas pausas. El cliente asume su rol al hacer una petición y al referirse a una operación que puede ser realizada por el encargado de la caja. Así mismo, el tono de duda contribuye a generar una imagen de ‘cliente desvalido’. No obstante, sus enunciados no proporcionan toda la información que sería relevante en esta situación concreta: el empleado no sabe si realmente los objetivos del cliente le competen a la caja. Llegado a este punto, el representante institucional podría pedir más datos, haciendo valer su legitimidad como conocedor del procedimiento adecuado; sin embargo, actúa presuponiendo (lo crea o no) que el cliente no está haciendo una solicitud improcedente.

Así pues, solicita únicamente la información que necesita para llevar a cabo lo que se le pide. Las secuencias subsiguientes se caracterizan por la ambigüedad con que el cliente responde a su interlocutor. Al mismo tiempo, este hablante sigue con claridad una línea de acción adecuada a su rol de cliente que solicita un servicio. El empleado, por su parte, formula y reformula la misma pregunta: “¿Usted viene a domiciliar el recibo?”, hasta llegar al siguiente fragmento:

¹⁶ Por lo tanto, en el ritual social la caja se diferencia claramente de las mesas de “información” y “atención al cliente”, aunque no se distinga por el mobiliario.

¹⁷ Es posible que el señor no haya visto los carteles que indican las funciones de cada mesa, y que no haya observado que se ha de coger número y esperar a ser llamado. En ese sentido, puede no tener competencia para adaptarse al marco institucional. Sin embargo, sí se adapta a ese marco en el ejercicio de su rol como cliente que solicita un servicio: en esto, es claramente competente.

Caso (2) AU251001

71. E4: Pero a eso me refiero.
72. Usted
73. viene
74. a domiciliar
75. el recibo.
76. C: Sí.
77. E4: ¿No?
78. C: Sí.
79. E4: Bueno,
80. (2)
81. pues esto
82. se lo hago yo,
83. pero esto era lo que tenía que hacer
84. usted
85. (1)
86. aquí.
87. C: Bueno,
88. E4: En [estas mesas] (las señala)
89. C: [ahora no tie]ne nadie, eh.
90. E4: Ya, (se ríe)
91. pero no es eso, no...,

Una vez obtenida la respuesta (“sí”), inicia una nueva explicación sobre el orden institucional (“Pero esto era lo que tenía que hacer usted aquí, en estas mesas”). Como réplica, el cliente manifiesta indirectamente una objeción y/o una petición: “Bueno, ahora no tiene nadie”. Esta enunciación incrementa la ambigüedad resultante de su actividad comunicativa: ha de inferirse una petición, que también puede ser una objeción o una crítica velada sobre el desempeño del trabajo por parte del empleado¹⁸.

En las intervenciones subsiguientes, el empleado responde como si del enunciado del cliente debiera inferirse una intromisión en el orden interno de la organización. En primer lugar personaliza, para fundamentar en seguida su acción en las tareas asignadas por la empresa:

Caso (2) AU251001

90. E4: ya (se ríe)
91. pero no es eso
92. no...
93. tengo nadie
94. para cobrar (1)
95. pero tengo que ir haciendo
96. el trabajo
97. de la caja

¹⁸ Aquí, “bueno” es un marcador de respuesta despreferida, ya que prelude una objeción. Esta objeción se enuncia como una aseveración, una constatación de los hechos objetivos, ya que, efectivamente, él ha podido acercarse a la mesa porque el empleado no estaba atendiendo a nadie. No obstante, esa aseveración ‘de perogrullo’ implica que el cliente está omitiendo un aspecto relevante en la situación interaccional, a saber, que el cliente debe coger número y esperar llamada y, sobre todo, que la caja es para pagar.

98. C1: ay
 99. tien[e tra][bajo]
 100. E4: [je je]
 101. [¿entie]nde usted?
 102. C1: [xx xx]
 103. E4: [no si no-]
 104. si no- (1'5)
 105. uno no está aquí
 106. y dice
 107. ah
 108. qué bien
 109. que-
 110. que trabajen los demás[s]
 111. C1: [n][o]
 112. E4: [q]ue yo no trabajo
 113. C1: x[x]

Manteniendo el control interaccional, tras esta respuesta pasa a explicar cuestiones referentes al orden de la organización. El cliente orienta sus intervenciones a seguir la exposición del representante institucional, concordando con él. Los turnos colaborativos producidos por el cliente se superponen con el habla del profesional. Las enunciaciones del empleado no incluyen lugares pertinentes de transición, sino que se presentan como un turno largo, de manera que la concordancia del cliente es tratada como irrelevante. Así, no hay posibilidades de co-construcción, sino que el empleado ‘impone’ una realidad ‘incuestionable’.

Caso (2) AU251001

113. C: [xx]
 114. E4: [Es] que el trabajo
 115. lo tenemos que estructurar de alguna forma,
 116. y nosotros mejor que nadie sabemos
 117. cómo debemos de estructurar nuestro trabajo.
 118. C: Nada,
 119. lo digo...
 120. E4: Por eso
 121. hay una persona para caja,
 (...)

 105. C: No me digas más,
 106. no me digas [más.]
 107. E4: [Enton]ces,
 108. por eso le digo.
 109. (3)
 110. Sobre todo porque...
 111. (1)
 112. Se da el agravio comparativo
 113. de que ahí había gente
 114. esperando,
 115. (1)
 116. a la que yo no atendí,
 117. (1)
 118. esperando para sentarse.
 119. Usted llegó de último (se ríe)
 120. y ya está atendido.

121. ¿Entiende usted?
122. Déjeme su libreta, por favor.
123. (5)
124. C: La veintidós ciento ochenta barra tres.
125. E4: Pero necesito
126. los veinte dígitos.

La explicación comienza con una legitimación explícita de la organización interna: “Y nosotros mejor que nadie sabemos cómo debemos de estructurar nuestro trabajo” (líneas 93-94). Colectivizando el agente (van Leeuwen 1996) para referirse a toda la organización, el empleado se incluye en la deixis de primera persona, “nosotros”. Asienta su legitimidad en el conjunto de la organización y en la racionalidad de su funcionamiento: es ‘de sentido común’ que el trabajo interno se organiza internamente. El empleado enumera aspectos organizativos (omitidos en la transcripción). Concluye la argumentación con la referencia al “agravio comparativo” con respecto a los clientes que esperan ser atendidos. En seguida, sin permitir un lugar pertinente de transición, cambia el marco: pasa directamente a realizar el trabajo que pedía su interlocutor. Así, el empleado impone que el procedimiento siga su curso, aun cuando acaba de señalar que tal procedimiento no le corresponde a la caja. Pero finalmente, dado que el cliente no lleva consigo los datos necesarios, su encargo no puede llevarse a cabo.

No voy a entrar en los intercambios finales de esta interacción. Cabe decir no obstante que el empleado sugiere al cliente que pague un recibo que tiene pendiente. El cliente sigue su discurso, pero alude a su dificultad para leer el recibo y no paga. De nuevo, con o sin intención, obstaculiza el procedimiento institucional sobre la base de su especial vulnerabilidad.

La explicación de las normas de la empresa y del perjuicio para los otros clientes constituye una amenaza indirecta a la imagen del cliente. A través de la ironía, el empleado recurre a la ambigüedad para deslegitimar a su interlocutor. Sobre el fondo de la explicación de hechos objetivos, queda destacada, ‘a buen entendedor’, la protesta del empleado por la escasa cooperación de su interlocutor. El cliente sin duda coopera en el control interaccional y se atiene de manera competente a su rol como tal; pero no coopera (con o sin intención) en la transmisión de información adecuada al contexto institucional dado. Así pues, el representante institucional puede desempeñar su rol como tal, pero se enfrenta a la violación del orden institucional por parte del cliente, tanto en el nivel interaccional como, sobre todo, en el nivel institucional.

Transgredido el orden institucional, el discurso del empleado responde con prácticas directivas: a través de la ironía, y haciendo irrelevante la participación del cliente

(superposiciones), el empleado pone a este cliente 'en su sitio'. Se trata de una llamada al orden¹⁹. La legitimidad del empleado esta asociada (como en la primera interacción observada) a la legitimidad racional de la institución y es el resultado de la deslegitimación de la acción comunicativa del cliente: no es pertinente su petición.

Las enunciaciones no sólo activan marcos institucionales, sino que también destacan la individualidad de los agentes y se asientan en el conocimiento 'de sentido común' (consideración respecto a los clientes que esperan, etc.). La ambigüedad de la ironía, por su lado, permite la activación implícita de marcos ajenos a la identidad institucional del empleado, y más próximos a una conversación ordinaria. También evita un conflicto abierto: según las directrices de los marcos institucionales, el representante institucional no debe suponer, al menos abiertamente, que el cliente no está colaborando, ni debe amenazar su imagen. Así, tanto en los argumentos como en la ambigüedad de la ironía, el profesional activa marcos del cliente que apoyan la legitimidad de los marcos institucionales y, al mismo tiempo, diversifican la producción de significados discursivos.

Sin embargo, son las peticiones del cliente las que prevalecen, ya que en todo momento el empleado realiza las operaciones requeridas. Aquel asume el marco institucional, pero logra un nivel considerable de control sobre la situación, al proporcionar de forma indirecta y ambigua información sobre su propio marco interpretativo y objetivos, así como al exhibir su incapacidad para actuar de forma competente²⁰. En consecuencia, se preserva en general el orden del discurso, pero el orden institucional es transgredido.

Por otra parte, frente a la interacción anterior, el cliente no pone en cuestión la ideología de la empresa ni deja entrever el discurso de crítica que circula en el ambiente social. No hay resistencia abierta, y seguramente tampoco hay detrás una ideología de resistencia. Más

¹⁹ Tras el encuentro, el empleado me explica con buen humor que este cliente, como otros, pretende intervenir en la organización interna de la empresa. Así, incluye a este cliente en el tipo "metomentodo", según una clasificación que él mismo me expuso en otra ocasión. El cliente no opina abiertamente ni emite un enunciado agresivo, pero lo que molesta al empleado es la injerencia que supone su insistencia en recibir un servicio que no es propio de la caja. El empleado también me explica que podría haber usado "el mismo mal modo que traen ellos" (pero este cliente es amable en todo momento), aunque es mejor "algo tan elemental, y que funciona siempre y es lo más cojonudo, que es la ironía". Esto consiste, siempre según el empleado, en explicarle la cuestión al cliente de forma que le sea evidente la "gran burrada que está diciendo". "Vencido" así el cliente por el peso de los hechos, "con buen rollete nos despedimos y ya está". Finalmente, el informante alude al desgaste que supondría enfrentarse sistemáticamente a la gente. Es interesante ver cómo los comentarios metadiscursivos de este informante evidencian que el empleado tiene una visión de los "tipos de cliente", categoriza a los clientes, y actúa en consecuencia; pero en este caso, como a menudo se observa en las investigaciones sociolingüísticas, el relato de los hechos no se corresponde con las acciones reales del empleado.

²⁰ La falta de cooperación puede deberse a la incompetencia del hablante para introducirse en los marcos adecuados a la situación institucional (selección de la mesa adecuada, recogida del número de turno). Pero su control efectivo de la situación se deriva de su competencia como cliente, una competencia quizá de sentido común sobre cómo se logran objetivos desde una posición carente de poder. Complementariamente, el hecho de que el empleado no adopte una posición más agresiva se relaciona probablemente con la evidente ausencia de poder del cliente y con su aspecto indefenso e incompetente, como persona de edad con diversas dificultades físicas.

probablemente, se trata de un sentido práctico que puede ser parte del habitus dominado, lo mismo que la colaboración de la clienta en el caso (1). Así, este cliente, siguiendo las directrices de su rol, domina 'por omisión' la definición de la situación. Así, logra los objetivos correspondientes a unos marcos del cliente que se han manifestado de manera ambigua. Los marcos del cliente emergen en la interacción como una práctica dominada que, paradójicamente, invierte el orden institucional.

6. CONCLUSIONES

La reproducción de las relaciones de poder establecidas entre las instituciones y la ciudadanía se manifiesta, en los casos examinados, en el control interaccional. Tal control está vinculado al hecho de que muchos clientes tienen dificultades de acceso a los marcos de interpretación institucionales y a los recursos comunicativos adecuados al contexto institucional, así como a los temas tratados en las interacciones institucionales, temas más propios de expertos que de legos. Por otro lado, las interacciones examinadas muestran también cómo los representantes institucionales pueden llevar el control interaccional, sin que ello se corresponda de forma unívoca con la (re)producción de un orden social institucionalmente sancionado. Así, en el segundo caso examinado no se sigue el procedimiento institucional (la caja es sólo para pagar), pero los recursos comunicativos no trastocan la distribución de poder propia de una interacción institucional. Esta falta de univocidad entre prácticas comunicativas y las diversas manifestaciones del orden institucional nos muestran que los vínculos existentes entre las dinámicas interaccionales y las relaciones de poder en la sociedad son complejos y variables.

El poder de que están investidos los empleados de la organización en su trato con la clientela es limitado: no procede tanto de ellos mismos (dado su escaso capital simbólico y cultural) como del carácter institucional de la situación en que se encuentran y de su rol como representantes. De cara a la empresa, están en la posición más baja de la jerarquía, de manera que sus posibilidades de intervención son mínimas. De cara a la ciudadanía, es de destacar también su limitada capacidad de intervención real: no siempre logran convencer a sus interlocutores, y, en diversos grados, no logran tomar o mantener el orden institucional al que deben atenerse.

Es este contexto el que delimita el sentido de expresiones como “Si quiere se lo explico”: si bien el empleado debe tomar el control interaccional, es en realidad el ciudadano el que tiene poder para permitírselo o impedirlo. Aunque el empleado puede ejercer algún grado de imposición, la inconveniencia de amenazar la imagen de los clientes limita las posibilidades de controlar la situación. Al mismo tiempo, la expresión resume la manera en que el poder es ejercido por las organizaciones a través de los mediadores: la función de estos es imponer una determinada visión de la realidad, visión que se acomoda fácilmente en los procesos de reproducción ideológica habituales en nuestras sociedades. El consentimiento de los ciudadanos se fundamenta en el reconocimiento de autoridad, y, en general, en la delegación institucional, pero estos pueden ser cuestionados en cualquier momento en una sociedad democrática.

En cuanto al poder que pueden ejercer los ciudadanos, podemos encontrar casos de evidente falta de poder, como (1), o casos en que se produce un relativo reparto del poder, o situaciones de conflicto abierto. Pero lo que me parece más llamativo son casos como (2), donde no hay ideologías u opiniones propias del marco del cliente, ni reivindicación alguna de legitimidad ciudadana, pero sí un dominio de la situación por parte del cliente. Este caso nos remite a los comentarios de Agar (1985: 164), sobre los “clientes expertos” que él observó en sus investigaciones: “Pueden dejar el control discursivo en las manos del representante institucional, y aún así conseguir lo que quieran. La manipulación interpersonal –la estrategia clásica de quienes carecen de poder– también se acomoda a este marco interpretativo”²¹.

El hecho de que sean posibles estas manipulaciones por parte del cliente es un índice de normalidad en nuestras sociedades: hay un sentido práctico que rige la conducta orientada a roles por parte del cliente, y en esa conducta es esperable el desarrollo de estrategias propias de una posición carente de poder, frente al poder institucional. Aún así, hay que destacar que, habitualmente, las posibilidades de intervención, abierta o encubierta, por parte del cliente, son mínimas. En general, al igual que las posibilidades del empleado, resultan irrelevantes de cara al funcionamiento global de las relaciones entre las instituciones y la ciudadanía: pueden en alguna medida intervenir en el orden interaccional, pero no en el orden institucional.

²¹ “[They] can leave discourse control in the hands of the institutional representative and still get what they want. Interpersonal manipulation –the classic strategy of the powerless– belongs in the framework as well” (Agar 1985: 164).

Por otra parte, es interesante tener en cuenta la reacción de los empleados ante su relativa falta de poder frente a la clientela: casos como (2) ilustran cómo los profesionales han buscado recursos para sustraerse, al menos simbólicamente, al poder de los clientes, como la ironía y otras amenazas indirectas a la imagen. De esta manera, logran mantener el control interaccional (i.e. logran que se les respete como profesionales) sin resultar abiertamente descorteses. En el encuentro con el público, el manejo de la cortesía puede ser determinante para que el cliente exacerbe su indignación o, por el contrario, colabore con el empleado. No obstante, también puede resultar esencial para la estabilidad emocional del empleado ‘jugar’ con la imagen para liberar las tensiones producidas por su situación de relativa carencia de control en un contexto conflictivo.

Tampoco debe olvidarse que los representantes institucionales, como tales, deben contribuir a la construcción de la imagen pública de la empresa, de manera que no es adecuado que se muestren impositivos o poco corteses (aunque a veces lo sean). Finalmente, el mayor grado de imposición o agresividad que se encuentra en interacciones como esta está ideológicamente mediado: forma parte de una ‘ideología de la empresa’ que emerge en el contexto profesional. Esta ideología en construcción depende en buena medida de la experiencia de los empleados en sus relaciones con un público auto-legitimado, dicho de otro modo, refleja, como cualquier creación ideológica, la necesidad de establecer generalizaciones ante los problemas cotidianos (Gal 1993).

La situación de cambio en el contexto social no modifica sustancialmente las relaciones del ciudadano con las instituciones. Los clientes son conscientes de que no pueden intervenir en las decisiones institucionales y, en ocasiones, este hecho es utilizado en las interacciones para marcar solidaridades entre los interlocutores. Además, el cuestionamiento que circula en el ambiente no atañe a las instituciones en su conjunto, sino a un aspecto concreto asociado a conflictos de poder en la localidad. Lo que sí se modifican durante el micro-proceso de cambio son las relaciones típicas cliente-empleado, ya que disminuye la legitimidad de los segundos y aumenta la de los primeros, que actúan contra la empresa imbuidos de la legitimidad de la opinión pública: así, los empleados se ven sometidos a una fuerte presión, presión que cederá más tarde, cuando se normalice la asunción pública de la nueva gestión del agua, independientemente de que los clientes estén o no satisfechos con ella.

Estos casos dan cuenta de algunas de las formas en que el orden y las transformaciones sociales a nivel institucional se manifiestan en el nivel interaccional. Estas manifestaciones no

son unívocas; por el contrario, la interacción pone de manifiesto los múltiples marcos de contextualización que manejan los hablantes, referidos o no a ordenes institucionales e ideologías dominantes. Desde un punto de vista metodológico, es interesante observar que las dinámicas manifestadas en el nivel conversacional permiten comprender y analizar 'in vivo' el impacto social de los procesos institucionales. En este sentido, siguiendo la línea de trabajos previos, entendemos que una perspectiva microanalítica, siempre que no se limite a los detalles anecdóticos, constituye una herramienta esencial para comprender –y eventualmente intervenir en– los procesos sociales. De igual manera, el entender las normas y los cambios a nivel institucional y macrosocial hace posible que interpretemos correctamente los detalles de la interacción comunicativa. Por lo tanto, los métodos macroanalíticos y microanalíticos deberían verse como puntos de vista complementarios y mutuamente enriquecedores en el análisis de los procesos sociocomunicativos.

REFERENCIAS

AGAR, M. (1985): "Institutional discourse", *Text*, 5.3, págs. 147-168.

BOURDIEU, P. (1997): *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama.

BRIGGS, CH. (1997): "Introduction: from the ideal, the ordinary, and the ordely to confict and violence in pragmatic reaearch", *Pragmatics*, 7.4, págs. 451-459.

BROWN, P. Y LEVINSON, S. (1987): *Politeness*, Cambridge, Cambridge University Press.

FOWLER, R. (1985): "Power", en T. A. van Dijk (ed.), *Handbook of discourse analysis*, vol. 4, *Discourse analysis in society*, London, Academic Press, págs. 61-82.

FOWLER, R., B. Hodge y T. Trew (1979): *Language and control*, London, Routledge & Kegan Paul.

GAL, S. (1993): "Diversity and constestation in linguistic ideologies: German speakers in Hungary", *Language in society*, 22, págs. 337-359.

GOFFMAN, E. (1972): "The neglected situation", en P. P. Giglioli (ed.), *Language and social context*, Harmondsworth, Penguin, págs. 61-66.

HABERMAS, J. (1990): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, Gustavo Gili.

MORALES LÓPEZ, E., G. Prego Vázquez y L. Domínguez Seco (2005): "Interviews between employees and costumers during a company restructuring process", *Discourse and Society*, 16.2, págs. 225-268.

MORALES LÓPEZ, E., G. Prego Vázquez y L. Domínguez Seco (2006): *El conflicto comunicativo en las empresas desde el análisis del discurso*, A Coruña, Universidade da Coruña.

SARANGI, S. K. y C. Roberts (eds.), (1999): *Talk, work and institutional order. Discourse in medical, mediation and management settings*, Berlin, Gruyter.

SILVERSTEIN, M. (1997): "Commentary: achieving adequacy and commitment in pragmatics", *Pragmatics*, 7.4, págs. 625-633.

VAN DIJK, T. A. (1998): *Ideology: a multidisciplinary approach*, London, SAGE.

VAN LEEUWEN, T. A. (1996): "The repretation of social actors", en C. R. Caldas-Coulthard y M. Coulthard (eds.), *Texts and practices: readings in critical discourse analysis*, London, Routledge, págs. 32-70.

CRITERIOS DE TRANSCRIPCIÓN

Siguiendo el criterio del proyecto COMTECNO, la transcripción se presenta según la ortografía y puntuación del español. El punto indica pausas más largas y/o tonemas finales marcados, mientras que la coma refleja pausas más breves y/o transiciones entonativas menos marcadas. Los puntos suspensivos reflejan unidades gramaticales no terminadas, lo cual se refleja por lo general en tonemas ascendentes o sostenidos, seguidos o no de pausas. Además de estas indicaciones, también se reflejan en la transcripción los siguientes aspectos:

[abc]	
[defg]	Superposición
xx	Segmento ininteligible
(1)	Pausas de un segundo o mayores