Cuando los hábitos se vuelven “sello” personal

Por Néstor Estévez

Hay hábitos tan dañinos como inocentes. Recientemente, pocos minutos le bastaron a una persona para, sin darse cuenta, mostrarme un sello personal que le hace mucho daño.

Esa persona, además de que se empeñó en mantener control de la conversación, se la pasó hablando de otras personas. Pero no hubo una sola referencia en la que destacara atributos positivos en los demás: quien no era feo destacaba por bruto; quien era inteligente, le gustaba coger lo ajeno; quien no robaba, lo hacía porque era “pendejo”. En suma, en cada quien veía algo malo a destacar.

Como esa persona, lo más seguro es que encontremos muchas que no han logrado reparar en que nuestros hábitos construyen la imagen que los demás tienen de nosotros. Es así como, sin proponérselo, alguien puede terminar con fama de “alegre”, “puntual”, “solidario”... o también de “negativo”, “chismoso” o “conflictivo”.

Imaginemos a Juan. Cada vez que está en grupo, su conversación termina enfocada en lo que otros hacen mal: que fulano es irresponsable, que la jefa no sirve, que el gobierno no hace nada. Quizás Juan es buen padre, trabajador y hasta buen vecino, pero la repetición de un mismo estilo de conversación lo marca. Poco a poco, quienes lo escuchan comienzan a etiquetarlo: “ahí viene el negativo”. Ese hábito, aunque no lo planea, se convierte en su sello personal.

Lo que comunicamos sin darnos cuenta

El sociólogo Erving Goffman decía que la vida social se parece a una obra de teatro: cada uno de nosotros actúa un papel y los demás se forman una impresión de acuerdo a lo que ven y escuchan. Pero no siempre somos conscientes de ese papel. Algo tan simple como hablar siempre de problemas o criticar a los demás puede terminar definiéndonos más que nuestras virtudes.

Otro autor, Paul Watzlawick, es recordado por su frase: “es imposible no comunicar”. Es decir, aunque no lo digamos de forma directa, nuestra forma de hablar, de mirar, de callar o de insistir en ciertos temas siempre está transmitiendo un mensaje. En el caso de Juan, el mensaje es claro: su sello es la negatividad.

Teoría del etiquetado

Aquí entra en juego lo que algunos sociólogos llaman teoría del etiquetado. Howard Becker explicó que la sociedad suele poner “apodosos sociales” a las personas según ciertas conductas que repiten. Así alguien termina siendo “el responsable”, “la fiestera”, “el problemático”. Y esas etiquetas, aunque injustas o incompletas, tienden a pegarse como si fueran una marca.

En el ejemplo de Juan, sus amigos ya no lo ven como “un padre responsable” ni como “un buen vecino”, sino como “el negativo”. Y lo más delicado: cada cosa que diga después se

interpreta bajo ese filtro. Si hace un comentario serio, pensarán que otra vez está criticando. La etiqueta se vuelve más fuerte que la persona.

Una marca que no siempre elegimos

Modernamente se habla mucho de “marca personal”, en alusión a lo que cada quien proyecta en los demás. Aunque suele relacionarse con lo profesional, esta idea sirve también para la vida diaria. La marca no siempre es elegida: puede formarse sola a partir de lo que repetimos en nuestras interacciones.

Imagina a Carmen, una mujer que siempre llega temprano, que escucha a los demás y busca soluciones en vez de quejarse. Sin proponérselo, ha construido un sello positivo: sus vecinos confían en ella, sus compañeros la buscan para resolver problemas. Su marca personal se asocia a la confianza y la solidaridad.

El contraste con Juan es claro: ambos tienen virtudes y defectos, pero lo que más repiten en sus conversaciones y acciones termina pesando más que todo lo demás.

¿Podemos cambiar ese sello?

La buena noticia es que los sellos no son cadenas eternas. Cuesta mucho romper una etiqueta, porque la gente suele recordar más lo negativo que lo positivo, pero es posible. La clave está en introducir nuevos hábitos de comunicación, de manera consciente, sistemática y auténtica.

Si Juan empieza a equilibrar sus comentarios —reconociendo también lo bueno de las personas o hablando de soluciones en lugar de solo problemas— con el tiempo sus amigos comenzarán a notar el cambio. Al principio habrá desconfianza, pero la constancia ayuda a generar una nueva impresión.

Prometo continuar el tema.