

PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN PARA LA FORMACIÓN Y ACTUACIÓN EN LA PROFESIÓN.

Psychology of communication for training and performance in the profession.

Recibido: 03/09/2024 – Revisado: 08/10/2024 - Publicado: 05/01/2025

DOI: <https://doi.org/10.56124/ubm.v6i10.010>



ene - jun 2025
Vol. 6 - Núm. 10
e-ISSN 2600-6006

Ivette Aranda Salas
<https://orcid.org/0000-0001-9191-7639>
iaranda@uo.edu.cu
Universidad de Oriente, Santiago de
Cuba, Cuba

Mayra Elena Salas Vinent
<https://orcid.org/0000-0002-5034-1124>
mayrasalas5803@gmail.com
Universidad de Oriente, Santiago de
Cuba, Cuba



Resumen

Se realiza un estudio referido al rol del enfoque psicológico de la comunicación y su impronta en la formación y la actuación del profesional. El objetivo de este trabajo se direcciona a demostrar la importancia que le refiera a los profesionales de cualquier carrera universitaria la aplicación de los principios de la psicología desde los saberes de la profesión. Son objeto de análisis las posiciones epistemológicas de algunos investigadores que desde sus miradas particulares enriquecen la temática abordada. Se utilizan los métodos del nivel teórico: análisis bibliográfico e inductivo- deductivo. Los resultados que se develan dan cuenta de que aún existen falencias en la formación del profesional, que en gran medida socavan la intencionalidad del producto formativo a obtener, con un pensamiento capaz de aprovechar al máximo las potencialidades de otros saberes e incorporarlos a su cultura, al considerar las riquezas que les sugieren las aristas que abarcan más allá de los saberes de todas las disciplinas particulares en una determina carrera universitaria.

Palabras clave: psicología de la comunicación; formación profesional; actuación en la profesión.

Abstract

A study is carried out on the role of the psychological approach to communication and its imprint on the professional's training and performance. The objective of this work is directed to demonstrate the importance that the application of the principles of psychology from the knowledge of the profession refers to the professionals of any university career. The epistemological positions of some researchers who, from their particular perspectives, enrich the topic addressed are object of analysis. Methods of the theoretical level are used: bibliographic and inductive-deductive analysis. The results that are revealed show that there are still shortcomings in the training of the professional, which to a great extent undermine the intention of the training product to be obtained, with a thought capable of taking full advantage of the potential of other knowledge and incorporating them into their culture. When considering the riches suggested by the edges that go beyond the knowledge of all the particular disciplines in a certain university career

keywords: communication psychology; vocational training; performance in the profession.

Introducción

Los avances científicos, sociales y tecnológicos a nivel global demandan la necesidad de que los profesionales que provienen de los centros de altos estudios demuestren luego del egreso de la enseñanza superior las potencialidades comunicativas y psicológicas necesarias para el ejercicio de la profesión a desarrollar. Sin embargo desde el pasado siglo en simposios internacionales organizados por iniciativas de la UNESCO y del Centro Internacional de Investigaciones y Estudios Transdisciplinarios de Francia, se valoraba la intencionalidad de una nueva visión de la universidad de hacerla evolucionar hacia un estudio de lo universal en el contexto de una aceleración sin precedentes de los saberes parcelarios (CIRET-UNESCO, 1997) referido en Salas, Aranda y Aranda (2022).

Esta visión va más allá de todo lo que prácticamente se está haciendo hasta el presente, la meta o ideal no consiste sólo en la unidad del conocimiento, que es considerada como un medio, sino que camina hacia la autotransformación y la creación de un nuevo arte de vivir (Martínez, 2007) referido en Salas (2019). Eso implica la puesta en práctica de una nueva visión transcultural, transnacional, transpolítica y transreligiosa.

Sin embargo, actualmente este es un aspecto aún pendiente, por cuanto en la formación de los profesionales ha predominado el carácter disciplinario con la influencia importante del aprendizaje de la teoría y la praxis del saber especializado. Este planteamiento acarrea insuficiencias sustantivas en la formación del profesional, es por ello que uno de los retos de la educación superior versa en la necesidad sostenida de egresados capaces de desarrollar sus potencialidades psicológicas y comunicativas para el ejercicio de la profesión y que aprenden desde la búsqueda sistematizada de sus intereses los saberes que abarcan más allá de la disciplinariedad. En este caso particular el trabajo está enfocado en la relación que debe existir entre la psicología y la comunicación como elementos importantes de la formación y actuación de ejercicio de la profesión en las diferentes carreras. Las insuficiencias más significativas están dadas en que:

1. Los saberes de la psicología y la comunicación no se imparten en todas las carreras de las ciencias sociales, ciencias técnicas, humanísticas, empresariales y exactas, como parte importante de la formación del profesional y de su actuación dentro en la profesión.
2. Los estudiantes universitarios desconocen la importancia de la psicología y de la comunicación dentro de las particularidades del campo del saber en el que se forman.
3. Son insuficientes las investigaciones referidas al estudio de los diferentes campos psicológicos y comunicativos y su relación con todas carreras del contexto universitario desde la complementariedad de saberes.

El enfoque psicológico de la comunicación se refiere a la percepción, aprendizaje, memoria, persuasión e influencias

(Américaeconomía, 2019). Esto evidencia la estrecha relación que se da entre la psicología y la comunicación, sin embargo el no tener en cuenta la interconexión entre estos saberes imposibilita el aprovechamiento máximo de estas ciencias particulares, es por esto lo importante y esencial de la aplicación de los principios psicológicos y comunicativos en el ejercicio profesional.

En los nuevos escenarios complejos de una sociedad global, signada por procesos paradójicos de multiculturalismo y búsqueda de identidades y difusión vertiginosa de los conocimientos, es inexcusable una nueva lógica dialéctica para enfrentar las realidades del desarrollo integral de una sociedad cada vez más exigente; y la educación superior por tanto, debe hacer suyo este enfoque con vistas a comprender el mundo en el que se vive, con nuevas miradas prospectivas (Salas, 2019 y 2022).

Es por ello que la universidad debe ser la portadora de la relación entre la psicología de la comunicación y la formación del profesional para su posterior actuación en el ejercicio profesional ya que esta debe ser insertada en la praxis desde el pregrado y cuyo núcleo esencial está dado en el progreso su pensamiento transformador, sustentado, por tanto, en su preparación sistemática en este saber. Esto representa la importancia de la construcción de una cultura de la psicología de la comunicación. Para Martínez (2007):

Es necesario hacer penetrar el pensamiento complejo y la transdisciplinariedad dentro de las estructuras y los programas de la universidad del mañana en una nueva cultura, condición previa de una transformación de las mentalidades. Y a su vez, se considera que el problema clave más complejo de la universidad es el de la formación de los formadores (p.37).

Esta perspectiva busca penetrar al interior de la dinámica de las experiencias llegando así a entender los procesos de acuerdo con la realidad circundante, dando lugar a las respuestas que de manera sustentable exigen las problemáticas sociales, todo lo cual integra un enfoque más global de la relación humanidad-naturaleza, al ir más allá de considerar sólo las disciplinas que se estudian y que son separadas por métodos específicos. Esto indica que la acción, la teoría y la experiencia quedan entremezcladas en saberes (saber qué, saber hacer y saber ser) que apuntan a situaciones contradictorias desde distintos niveles de realidad (Salas et al 2022).

Metodología

Los métodos de investigación del nivel teórico utilizados fueron los siguientes:

La presente investigación ha sido desarrollada bajo una visión hermenéutica, como corriente teórico-metodológica perteneciente a la sociología interpretativa que posee un alcance descriptivo, al tener el propósito de especificar las propiedades y características del fenómeno analizado.

Análisis Bibliográfico: Con el propósito de contractar cada uno de los presupuestos analizados desde sus enfoques individuales. Al determinar fuentes confiables para el análisis del contenido.

Inductivo-Deductivo: Para llegar a conclusiones acerca de la situación real del tratamiento al enfoque psicológico de la comunicación en las carreras universitarias de cara a la formación y actuación del profesional que egresa de la educación superior.

Para determinar las fuentes bibliográficas que se tomarían como población para identificar las teorías que desde las ciencias sociales y psicológicas han impactado al estudio de la comunicación y la psicología, así como aquellas teorías relevantes dentro del campo académico de la comunicación y la psicología. Se indagó en bases de datos y en libros y revistas especializadas. Se realizó un análisis reflexivo sobre las mismas.

Resultados

La comunicación desde sus bases epistemológicas ha sido analizada a lo largo de la historia desde diferentes ramas del saber. Existen tres enfoques que desde las ciencias sociales han marcado el estudio de la comunicación (Ojalvo, 2012):

Funcionalismo:

Sus estudios datan de 1927 representado por Harold D. Laswell. Este enfoque tiene la finalidad de determinar la mejor forma para abordar a la población y permitir la adquisición de saber en las comunidades. La fuerza del proceso comunicativo es concedido a los medios como “instrumentos” para la circulación de los “símbolos”, cuestión importante para la gestión de las opiniones del gobierno.

Estructuralismo:

Se fundamenta en el interés en cuanto al análisis de los mensajes y no en el mundo del perceptor, es decir, este se motiva por evidenciar y explorar las interrelaciones que intervienen en el significado dentro de una cultura o una sociedad. Dado a sus análisis de la comunicación en el sentido prioritario del lenguaje como fundamento del ser humano se distingue:

- Análisis antropológico: Claude Lévi-Strauss (1958) Comunicación de proceso complejo y múltiple.
- Análisis lingüístico: Ferdinand de Saussure (1916) Lengua como acto social y palabra (habla) como acto individual.

Teoría Crítica

Dialéctica (investiga la naturaleza de la verdad mediante el análisis crítico de conceptos e hipótesis) como principio del cambio. Se cuestiona la realidad y las estructuras de poder. Considera que una persona no parte de cero en su comportamiento tecnológico sino que su práctica, su interpretación de la tecnología depende de la época en la que arranca su relación con el mundo, con los otros. Y son precisamente esas tecnologías predominantes.

Por su parte Ojalvo (2012) considera además que en la comunicación han contribuido tanto filósofos, teólogos, psicólogos, antropólogos, sociólogos, como matemáticos, físicos y cibernéticos, los cuales, analizando desde ópticas propias sus diferentes aspectos, han enriquecido su aparato conceptual, contribuyendo a dotarlo de gran complejidad y diversidad. Es así que pueden distinguirse tres fuentes fundamentales en el

surgimiento de la ciencia de la comunicación:

- teorías sistémico - matemáticas
- teorías antropológicas y lingüísticas
- teorías psicológicas y sociopsicológicas

Por otra parte, la comunicación ha sido abordada recientemente por autores como: Storer (1997), Trelles (2001), Saldaña (2018), Zayas (2020), Chávez y Moreno (2019), Pellicer (2022), entre otros son coincidentes en que la comunicación es un proceso de transmisión e intercambio de mensajes, donde además participan la retroalimentación o feedback. Es la representación de todo comportamiento de transmisión recíproca de información, sentimientos, emociones, actitudes, deseo, entre otros, de dos o más interlocutores, entre los que se establece una interacción interdependiente de secuencias de comportamiento verbal y no verbal, orientada por objetivos y/o sentimientos.

El contacto que se establece durante el acto comunicativo permite la transmisión de información entre las personas que intervienen. La psicología y la comunicación son ciencias sociales que participan en prácticas basadas en hechos y en el estudio de la interacción de las personas en un determinado contexto, tanto por el comportamiento como por el lenguaje. El acto de comunicar tiene una explicación psicológica. Es imposible la socialización entre los seres humanos sin que medie la comunicación.

Por su parte para Berelson y Steiner (1964) el acto o proceso de transmisión que generalmente se llama comunicación, consiste en la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, mediante el empleo de signos y palabras, Trelles (2001) enfatiza que la comunicación es el medio que permite orientar las conductas individuales y establecer relaciones interpersonales funcionales que ayuden a trabajar juntos para alcanzar una meta, Fernández (1997) refiere que comunicación es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar los flujos de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. Myers y Myers (1982) apuntan que la comunicación es la fuerza central de enlace que permite la coordinación de personas y por tanto el comportamiento organizado.

Lo anterior permite entender que la Psicología se interesa por la comunicación por ser este un proceso básico implicado en toda actividad humana. Ahora bien desde esta visión su importancia está dada en su aplicación en los ámbitos profesionales, por cuanto no es suficiente el entender los fenómenos comunicativos sino el comprender que estos saberes pueden ser aplicados para la solución de problemas reales del ejercicio de la profesión. Este aspecto no se circunscribe solamente a una rama del saber sino a todas ya sean las ciencias sociales, ciencias técnicas o exactas, por cuanto todos los individuos poseen sentimientos, motivaciones, preocupaciones, emociones y transmiten esos sentimientos a los demás. La comunicación es el medio de entendimiento entre las personas, es la herramienta que permite demostrar la personalidad,

conseguir lo que se necesita y se quiere obtener.

La comunicación está presente en todas las funciones de dirección y al decir de Stoner, J. (1997) constituye la base de las funciones gerenciales, es el medio que unifica la actividad de la organización. La comunicación influye de manera sustancial en el ciclo directivo en la planificación, organización, liderazgo y control.

Para Zaldívar (2003) la comunicación puede ser considerada como el proceso de intercambios de mensajes entre dos o más personas, con la finalidad de alcanzar determinados objetivos, es por ello que es donde encuentra su esencia, la comunicación, en tanto esta es la base para la construcción de la personalidad. El estudio de la personalidad es un elemento central porque es la expresión más genuina del ser humano por su carácter activo y transformador, así como, su papel autorregulador y regulador. La personalidad en su condición integrada entre lo cognitivo y lo afectivo (Zayas, 2020).

Zayas (2020) refiere además que cuando se habla de la existencia de una esfera cognitiva y afectiva se está haciendo referencia a lo psicológico y en específico a la personalidad, por ser esta la principal manifestación del hombre en su implicación en el medio. En el desarrollo de la actividad psíquica se observa la existencia de un conjunto de procesos psíquicos, los que se pueden clasificar de la forma siguiente: cognitivos (sensación, percepción, atención, memoria, imaginación, pensamiento y lenguaje) y afectivo-volitivos (emociones, sentimientos, voluntad, deseos y aspiraciones).

El estudio del hombre y su personalidad no se refiere a atomizarlo en unos procesos psicológicos (que se dan en todo el ser humano), sino que estos pueden manifestarse a niveles superiores de integración con una incidencia significativa en el desarrollo exitoso de determinada actividad. Esos procesos psicológicos nunca operarían de forma independiente sino que operarían integrados en síntesis, con un carácter diferente como parte de una configuración cualitativamente superior (p.35)

Las conductas que facilitan la comunicación tanto en la formación como en el ejercicio de la profesión son las actividades que están fundamentalmente orientadas al problema y no a la persona, como brindar o pedir colaboración, sentir empatía, un encuentro flexible, espontáneo o informal, mostrar igualdad, interés en indagar y describir algo. Es el medio para garantizar la imagen y la cultura, tanto laboral y social, desempeña un papel fundamental en la interacción del individuo con el contexto en el que se desarrolla.

Discusión

Lo cognitivo en la comunicación para la formación del profesional Todo este análisis conlleva al entendimiento de que los procesos cognitivos regulan y autorregulan la personalidad de cada individuo, estos son la parte informativa de la comunicación. De ahí la importancia de formar capacidades por cuanto estas

constituyen elementos de la esfera ejecutora que se expresan a un alto nivel la integridad de lo cognitivo y lo afectivo en la personalidad, todo lo cual permitirá su desarrollo durante el ejercicio de la profesión. En ello se expresan las facultades del ser humano para desarrollar con éxito una determinada actividad. Dentro de las capacidades hay una general denominada inteligencia de las que subyacen el desarrollo de las habilidades que permiten desarrollar las diferentes actividades. Existen procesos psicológicos interdependientes que poseen mayor relación con la comunicación tales como las percepción, el pensamiento y el lenguaje. La percepción es la forma de ver el mundo de manera individualizada. El pensamiento y el lenguaje se encuentran interrelacionados y forman los significados que se expresan en interpretaciones, juicios, impresiones, expectativas, valores, actitudes, suposiciones, ideas, predicciones, opiniones y conclusiones. El lenguaje es social por su arte de hablar, escuchar y responder.

Lo afectivo en la comunicación para la formación del profesional Por otra parte, el profesional durante la formación y luego en el ejercicio de la profesión al desarrollar las diferentes actividades en su implicación en el medio no sólo conoce, sino que en esa interacción manifiesta determinadas actitudes hacia las demás personas, objetos y fenómenos, los que a su vez inciden en la orientación de la actividad. La personalidad se constituye en elementos cognitivos y afectivos; es por esto que determinadas cualidades adquieren influencia sobre el comportamiento.

La afectividad es la cualidad de las personas de expresar sus emociones, sentimientos y vivencias a través la satisfacción e insatisfacción tanto verbal como extra verbalmente. Desde el punto de vista afectivo es necesario conocer las cualidades favorables para el desempeño de una actividad y la posible presencia de alteraciones significativas de la personalidad que pudieran entorpecer el desarrollo de la comunicación y del proceso laboral. Entre los principales elementos a formar, que componen la esfera afectiva y tienen incidencia en la comunicación se encuentran: las necesidades que se desean satisfacer, los motivos, los intereses, las aspiraciones, las características personales y el equilibrio emocional.

La satisfacción de necesidades es importante para la aceptación, la comprensión o rechazo de la comunicación por cuanto representan el estado de carencia, que lo induce a satisfacerlas en dependencia de las condiciones de su existencia, y los motivos son los objetos, personas o procesos que responden a una u otra necesidad, y que reflejado de una forma u otra conduce su actividad.

Zayas (1990) considera que un factor psicológico que se traduce en variables motivacionales de la personalidad y que influye de manera significativa de la comunicación son las expectativas. Cuando los objetos de la comunicación coinciden con las expectativas de quien lo recibe, es decir con lo que las personas esperan, la información puede interpretarse correctamente, pero cuando no coincide, ello puede contribuir a omitir o añadir elementos a la información recibida y distorsionarla, ya que muchas ocasiones las personas ven lo que esperan ver.

El análisis anterior abre paso al entendimiento de que hay factores psicológicos que determinan la calidad de la comunicación: las motivaciones, los intereses, los deseos, las actitudes, las expectativas, los estados emotivos, el prejuicio de las personas que se comunican. Lo que significa que cuando estos aspectos divergen la comunicación no es efectiva, todo lo cual pudiera ocasionar frustración, desconfianza, inseguridad y conflictos.

Una cuestión importante a considerar en el enfoque psicológico de la comunicación para la formación del profesional con vistas a su futura actuación en el ejercicio de la profesión es la asertividad comunicativa porque permite actuar a la persona según como piensa y en defensa de sus derechos, intereses, sin ser manipulados, ni manipular al interlocutor. Se basa en el respeto tanto de sí mismo como de las otras personas, conservando los límites y los valores.

Ser asertivo es comunicar equilibradamente, por lo que implica un alto desarrollo de las emociones. El emocional asertivo expresa lo que piensa, siente y actúa sin imponerse, perjudicar, dañar la autoestima y la dignidad de las personas, cuida la imagen e intimidad y no viola los límites de la individualidad.

Esa persona posee buena autoestima, opinión, y confianza de sí mismo y conoce sus posibilidades. Acepta y tolera el derecho de los demás a pensar, opinar y actuar, por lo que es respetuoso con sus semejantes. Es una persona de relaciones transparente, es auténtica, confiable, no agrada ni se siente superior, no es prepotente y acepta sus propios errores y el de los demás.

Conclusiones

La formación del profesional desde la psicología de la comunicación en la casa de altos estudios de cara al mundo del empleo debe corresponderse con la visión de que la actividad laboral es transformadora y producto de la relación hombre-trabajo.

La psicología y la comunicación son procesos ligados al quehacer de la sociedad y juegan un papel fundamental en la interacción el individuo y su entorno; tanto el laboral como el general, son la base de las funciones directivas, y el medio que unifica la actividad de toda organización.

La psicología de la comunicación se constituye en columna vertebral del proceso formativo y del ejercicio profesional, sin ellas es imposible la cooperación, coordinación e integración del trabajo.

La psicología de la comunicación asertiva permite alcanzar los objetivos del trabajo, facilitar y mantener las relaciones en el trabajo, conservar o mejorar la relación con la otras personas y mantener la autoestima de la persona.

La comunicación es una herramienta de gestión que trasciende a todos los miembros de una determinada empresa y organización y mejora la motivación, el compromiso, el clima organizacional

al generar altos rendimientos.

La presencia de la psicología de la comunicación para formación del profesional en las carreras universitarias posibilita el logro de un mejor desempeño, satisfacción y compromiso de los futuros directivos y empleados de empresas y organizaciones de las nuevas formas de organización económica.

Referencias

- Américaeconomía (2019). El rol de la psicología en la comunicación. <http://americaeconomia.com>
- Berelson, B y Steiner, G. (1964). Chapter 1. Communication Skills-pathways-egypt.com. <http://pathways-egypt.com>
- Chávez, A y Moreno, M.(2019). Educación y comunicación en el ámbito de la educación superior.
- CIRET-UNESCO (1997). ¿Qué universidad para el mañana? Hacia una evolución transdisciplinaria de la universidad. Declaración y recomendaciones del Congreso Internacional sobre Transdiscipliniedad. Locarno (Suiza).
- Fernández, S. (1997). Habermas y la Teoría crítica de la sociedad. Cinta de Moebio. Revista de epistemología de las ciencias sociales. Cinta moebio 1: pp. 27-41.
- IV Congreso internacional virtual sobre La Educación en el Siglo XXI.
- Martínez, M. (2007). Conceptualización de la transdiscipliniedad. <http://polis.revues.org/4623>
- Myers, M. y Myers, G. (1982): Administración mediante la comunicación. Un enfoque organizacional. México: Ed, McGraw-Hill. <http://books.google.com>
- Ojalvo, V. (1992). La Comunicación. Impresiones Ligeras, Ciudad de La Habana.
- Ojalvo, V. (2012). Teorías de la comunicación en América Latina: en Comunicación Educativa. Universidad de la Habana. CESPE (1999), pp.19-22.
- Pellicer, M. (2022). Las tendencias de la comunicación. <https://miguelpellicier.com>
- Salas, M (2019). Dinámica de la formación lógico dialéctica transdisciplinaria (Tesis posdoctoral). Centro de Estudio Manuel F. Gran. Universidad de Oriente, Santiago de Cuba. Cuba.
- Salas, M., Aranda, N. y Aranda, I. (2022). Formación científica, tecnológica e innovativa transdisciplinaria. Revista EDUSOL. Universidad de Guantánamo. Vol. 20 No.72. <http://edusol.cug.co.cu>
- Saldaña, L. (2018). La comunicación pedagógica en escenarios de aprendizajes. Revista Educación Médica Superior. Vol. 32., No. 1. <http://www.ems.sld.cu>
- Stoner, J. (1997): Administración, México Ed. Prentice-Hall Hispanoamericana, p. 417.
- Trelles, I. (2001): Comunicación Organizacional. Selección de Lecturas, La Habana, Ed. Félix Varela.
- Zaldívar, D (2003). Relaciones interpersonales en psicología: ENPES. <https://perio.unlp.edu.ar>
- Zayas, P. (1999). Didáctica de la psicología de la motivación. <http://scribd.com>
- Zayas, P. (2020). La comunicación interpersonal. Universidad de

Sevilla. <https://www.studocu.com>