

La comunicación interpersonal como problema psicológico. Estilos Comunicativos de la Personalidad

Interpersonal communication as a psychological problem. Communicative styles of the personality

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7781967>

AUTORES: Nathaly Elizabeth Mendoza Sierra¹

Lenin Patricio Mancheno Paredes²

Rosa Victoria Guijarro Intriago³

Ivonne Gardenia López Barboto⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: nmendozas660@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 01 / 09 / 2022

Fecha de aceptación: 21 / 11 / 2022

RESUMEN

En el presente artículo se valora la comunicación interpersonal como problema psicológico para ello se analizan supuestos teóricos de la psicología marxista. Posteriormente, se analizan qué mecanismos de la comunicación que de una u otra forma son los factores que optimizan la influencia mutua. Para concluir, se valoran los estilos comunicativos de la personalidad.

Palabras clave: *comunicación, comunicación interpersonal, mecanismos de la comunicación, los estilos comunicativos de la personalidad.*

¹ <https://orcid.org/0000-0002-3210-770> nmendozas660@utb.edu.ec

² <https://orcid.org/0000-0002-3210-7705> lmancheno@utb.edu.ec

³ <https://orcid.org/0000-0002-5386-1598> rguijarro@utb.edu.ec

⁴ Universidad Técnica de Babahoyo

ABSTRACT

In this article, interpersonal communication as a psychological problem is assessed by analyzing theoretical assumptions of Marxist psychology. Subsequently, the mechanisms of communication that in one way or another are the factors that optimize mutual influence are analyzed. To conclude, the communicative styles of personality are evaluated.

Keywords: *communication, interpersonal communication, communication mechanisms, communicative styles of personality.*

INTRODUCCIÓN

La comunicación en general posibilita el conocimiento mutuo, además de favorecer las relaciones interpersonales adecuadas en cualquier contexto. ¿Cómo es posible lograr los objetivos de una actividad, sin que medie el proceso educativo? ¿Puede existir alguna actividad entre las personas sin comunicación? Es prácticamente imposible. Pero sí puede ocurrir que la calidad comunicativa deje mucho que desear en la persona, ya sea por la forma en que transmite el mensaje, por las características de su personalidad, así como por el contexto en qué transcurre. Todo dirigente puede y debe llegar a convertirse en un comunicador por excelencia. Desde los inicios de la humanidad, el hombre necesitó de la vida colectiva y la comunicación con sus semejantes para poder adaptarse al medio y transformarlo mediante el trabajo, lo que propició el desarrollo de la especie. Según la concepción socio-histórico-cultural todos los procesos psíquicos que desarrolla una persona fueron procesos que se vivieron en primer lugar socialmente, y esas vivencias socioculturales son las que orientan con mayor o menor fuerza a quién las vive hacia niveles superiores, lo que implica que la educación solo tendrá sentidos para los que participan en ella si parte de los códigos construidos socialmente, o se dan las condiciones para conocer y usar otros; procesos todos mediados por la comunicación. La comunicación refleja la necesidad objetiva de los hombres de asociación y de cooperación mutua, y es también condición del desarrollo de la individualidad, originalidad e integridad de los mismos. A través de ella se intercambian pensamientos, vivencias afectivas y se realiza todo el sistema de relaciones humanas. En el presente artículo se valora la comunicación interpersonal como problema psicológico, así como los diferentes estilos comunicativos de la personalidad.

La comunicación interpersonal como problema psicológico

La comunicación está estrechamente vinculada con la naturaleza social del hombre y con la evolución de su conciencia. En el proceso de hominización, el trabajo "... tenía que contribuir forzosamente a agrupar aún más a los miembros de la sociedad. En resumen, los hombres en formación llegaron a un punto en que tuvieron necesidad de decirse algo los unos a los otros" Engels, 1986, p.69).

El enriquecimiento paulatino de las relaciones sociales y la realización de disímiles actividades condicionaron el incremento de la comunicación y el desarrollo del mundo interno del hombre, ya que "la verdadera riqueza espiritual del individuo depende totalmente de la riqueza de sus relaciones reales" (Marx y Engels, 1973, p.37).

En la formación de la personalidad la comunicación juega un importante papel: mientras más ricas y variadas sean las relaciones que establece el hombre con la realidad y con los demás hombres, más polifacética, profunda y desarrollada será su personalidad.

La comunicación constituye en la actualidad una categoría de diferente nivel de generalidad, pues no es privativa de ninguna ciencia en particular, como tampoco es una super categoría que sustituya o suplante a otras categorías generales en la explicación de la esencia humana. A pesar del amplio espectro que posee el contenido de la comunicación, es indiscutible su base sociológica, al ser concebida dentro de la vida social como fenómeno subjetivo y extra individual a la vez. En varios sistemas filosóficos la comunicación ha sido objeto de análisis teórico general de manera más o menos explícita. En el caso de la corriente existencial, fue erigida en una de las categorías centrales dentro de su conceptualización filosófica.

La filosofía marxista concibió siempre a la comunicación estrechamente vinculada con la naturaleza social del hombre y con la evolución de su conciencia. En diferentes obras de Marx y Engels aparecen reiteradas, certeras y profundas reflexiones sobre ella (Marx y Engels, 1973; Marx, 1973 y Engels, 1973), pero incipientes y necesitadas de un tratamiento posterior más sistemático que no se ha producido hasta ahora con la profundidad que se requiere. Es en la filosofía no marxista donde más aportes a una epistemología de la comunicación se han realizado hasta el presente.

A partir de la década de los años 60 comienzan a proliferar investigaciones cuyo objeto de estudio es la comunicación por parte de filósofos, sociólogos, pedagogos, psicólogos, lingüistas y especialistas en comunicación social.

En estos momentos existe una rica, amplia y variada bibliografía acumulada sobre comunicación que permite conocer mejor esta categoría de las ciencias sociales, y a la vez, sistematizar su estudio desde cualquier ciencia específica como un proceso multidimensional y polifuncional (Lomov, 2019; Sánchez, 2021; Roig, 2016; Roig y Muñoz, 2017; Piñuel, 2018; Muñoz, 2015; Latella, 2018).

A partir de los años 80 comienzan a aparecer trabajos en este sentido, tanto de corte teórico, como resultado de investigaciones concretas. Por ejemplo, se ha trabajado en la función comunicativa del lenguaje desde una óptica lingüística (Figuroa, 1986) y a partir de la psicología del lenguaje (Figueredo, 1982).

Los estilos comunicativos de la personalidad y su importancia en el proceso de comunicación

En la psicología el concepto de estilo fue introducido por la corriente psicoanalítica y denota un elemento importante que caracteriza a la personalidad. En la psicología social no marxista se ha trabajado con el estilo de dirección, el cual está obviamente relacionado con el anterior. Los estudios sobre los estilos de dirección se remontan a 1938 por Lewin (Ortiz, 2021), que introduce por vez primera la definición de los estilos autoritario, democrático y laissez faire, de acuerdo a cómo la personalidad que lo desempeñe pudiera ajustarse al rol correspondiente; más tarde, en 1974 Heller y Wilpert (Ortiz, 2021), continuaron con esta temática en la que llegaron a la conclusión de que los dirigentes utilizan más de un estilo en la toma de decisiones y que peculiarizan a cada persona según Fiedler (Ortiz, 2021) y la forma de manifestarlo depende de la situación.

A pesar de la profusión de investigaciones sobre el estilo de dirección, tiene razón Ortiz, 2021 en lo referido a que este proceso, asociado al liderazgo, es poco conocido y sujeto a la determinación de numerosas variables, de acuerdo con los resultados de las investigaciones realizadas.

A pesar de su importancia el estilo comunicativo de la personalidad se encuentra poco tratado en la literatura científica contemporánea. No obstante, algunos autores utilizan el término a

partir de sus resultados investigativos y experiencia profesional sin profundizar mucho en él, como, por ejemplo: López (2000); Esteban (2006); Arguentova (2014); Hutchinson y Beadle (2015) y Costa y Ojalvo (2018)

Esta última autora lo define como el sistema de utilización de recursos y medios de comunicación, caracterizados por su movilidad y variación en dependencia de la situación.

METODOLOGÍA

Para las ciencias psicológicas es considerada una categoría tan importante como la categoría actividad, ya que ambas son fundamentales en la jerarquía conceptual de esta ciencia para explicar que la existencia social del hombre no solo incluye la actitud y la actuación hacia el mundo material (natural y social), sino también los vínculos con las demás personas, con las cuales entra en contacto directo e indirecto.

Se ha convertido en antológica la polémica desatada entre los defensores del enfoque comunicativo y del enfoque de la actividad en la literatura marxista de los años 70 del siglo pasado, como reflejo de la falta de un análisis realmente sistémico en la valoración del justo lugar que deben ocupar ambas categorías desde el punto de vista psicológico. Esta polémica se reflejó a partir de la propia influencia de dichos enfoques dentro de la psicología soviética en la que se formaron varios psicólogos latinos con la realización de investigaciones y escritos teóricos en revistas y eventos científicos que defendían uno u otro enfoque de manera apasionada (Valdés, 1983 y Potrony, 1992).

No es necesario tratar de argumentar en favor de una para detrimento de la otra, en dependencia del enfoque que se sustente, porque resulta ilusorio y antidialéctico tratar de buscar una categoría que se baste a sí misma para explicar la esencia del objeto de estudio de una ciencia como la psicología. De lo que se trata es de precisar aquellos conceptos más generales que, jerárquicamente, desde una óptica deductiva, permitan organizar mejor el sistema de conocimientos psicológicos.

Para la psicología las categorías actividad y comunicación constituyen puntos de partida en la sistematización del conocimiento psicológico en un mismo nivel de generalidad, tanto en la filogenia como en la ontogenia del hombre.

Dentro de la psicología marxista ha sido históricamente el enfoque de la actividad el más desarrollado por causas y condiciones que trascienden los objetivos de este trabajo analizar. Por tanto, desde el punto de vista teórico posee un nivel superior de argumentación al haber sido objeto de mayor número de investigaciones. El enfoque comunicativo es más reciente y refleja la necesidad de buscarle un lugar más preciso dentro de la psicología (Lomov, 2019), sin aceptar las absolutizaciones en que han caído algunos de sus representantes. De ahí la necesidad de dedicar espacio al análisis de los estilos comunicativos de la personalidad, la concepción holística del artículo permitirá comprender que la comunicación interpersonal constituye un problema psicológico.

Los recursos del estilo comunicativo son de tipo subjetivos, mímicos y lingüísticos, donde se conjugan elementos verbales y extraverbales, caracterizados por su movilidad y variación, de acuerdo con la situación en que se encuentra la persona, por lo que poseerá siempre un carácter plástico.

Cuando se estudia la comunicación de una u otra forma se intenta descubrir con qué mecanismos, a través de que vías y cuáles son los factores que optimizan la influencia mutua. En este sentido se proponen toda una serie de medios de influencias a utilizar, entre los que se destacan los siguientes: contagio, persuasión, sugestión, e imitación.

1. Contagio: Es el sometimiento involuntario del sujeto a determinadas conductas o estados psíquicos, inspirado en las actitudes asumidas por el emisor.
2. Persuasión: Es un proceso de fundamentación lógica con el objetivo de obtener consentimiento del sujeto que recibe la información. Se utiliza tanto en el trabajo individual como en grupo, en el aspecto instructivo y en el educativo. El efecto de la persuasión depende no solo de su propia argumentación, sino también de las características psicológicas del emisor y el receptor, de la autoridad del emisor, de la percepción que el otro tenga de él, etc.
3. Sugestión: Es el modo de influencia comunicativa dado por la percepción no crítica de las informaciones, sin recurrir a la argumentación o demostración. En la sugestión no hay acuerdo, solo aceptación; es una influencia preferentemente afectiva. La sugestión depende de la edad del interlocutor, de sus características, de la situación en que se produzca la misma. Pero sobre todo de la autoridad de la fuente de información que se trasmite; con o sin argumentación es aceptada por ellos.

4. Imitación: Implica no sólo la aceptación de los rasgos internos de la conducta de las personas, sino la reproducción por el sujeto del modo de comportamiento demostrado. Por esta vía los niños adquieren numerosos patrones de conducta de los adultos, y de sus propios compañeros.

RESULTADOS

El estudio retrospectivo realizado permite esbozar algunas generalizaciones teóricas sobre el estilo comunicativo, que coadyuvan a caracterizarlo y descubrir algunas de sus regularidades esenciales dentro de una concepción persona lógica, que parte de la premisa que todo el mundo subjetivo del hombre se encuentra implicado en síntesis reguladoras más complejas, las cuales se expresan en la regulación del comportamiento, en su carácter activo y en la unidad de lo cognitivo y afectivo, de acuerdo con los criterios expuestos por González y Mitjans (2019).

Estas elaboraciones contribuyen a llenar el vacío existente en la bibliografía especializada, por la pobreza de una teoría sobre el estilo comunicativo de la personalidad.

El conocimiento y utilización de estos mecanismos son importantes, pues contribuyen a realizar un trabajo más efectivo y a optimizar en la actividad conjunta el sistema de relaciones interpersonales. Es sugerente señalar que la efectividad de la utilización de cada uno de ellos depende en gran medida del prestigio de la figura que dirige el proceso comunicativo, por lo que el emisor debe proyectarse al respecto.

Se ha expresado anteriormente cómo la personalidad se expresa a través de la comunicación, lo que determina formas peculiares, individuales que tienen las personas a la hora de comunicarse con los demás, aspecto este que también las caracteriza. Los estilos de comunicación son la forma en que la personalidad se orienta al organizar, dirigir y participar en la comunicación con los demás, es la concreción de la individualidad de la personalidad en el acto comunicativo. Los estilos se perfeccionan y son modificables.

Uno de los criterios adoptados para la tipología de los estilos es el que parte de clasificarlos atendiendo a su contenido y a su forma. Así tenemos los siguientes tipos:

Por su contenido: rígido- flexible, dominante- sumiso, participación activa- pasivo, comprensión mutua y aceptación- incomprensión y rechazo.

Por su forma: extroversión –introversión, centrado en la tarea – centrado en las relaciones. Sobre la base de este mismo criterio, podemos encontrar otra tipología de estilos: agresivo pacífico, evitador de conflictos, analítico – sintético, optimista- pesimista, tenso- relajado, íntimo- distante, reflexivo, impulsivo – irreflexivo, rápido, animado- monótono- lento y didáctico- inasequible.

A partir de las diferentes clasificaciones propuestas por los autores que abordan el estilo comunicativo, se adoptó la de Ortiz (2021), por ser la que mejor se adecua a los fines de este trabajo. De acuerdo con el grado de adecuación de los recursos y medios de comunicación, los estilos se dividen de la siguiente manera:

1. Flexibles: permite que la persona posea una adecuada orientación en la situación comunicativa para utilizar los recursos y medios necesarios, realiza una valoración objetiva y justa de otros y de sí mismo. Logra una comprensión exacta no solo del contenido directo de la comunicación, sino de los demás elementos que están latentes en ella, conocidos como el subtexto. Habilidad para mantener el estado emocional deseado en correspondencia con las características y particularidades de la situación, asequible utilización de recursos lingüísticos y paralingüísticos de la comunicación, y la creación de un ambiente de seguridad y confianza para la comunicación sincera. Logra la percepción exacta de la palabra ajena, es preciso y convincente en la utilización del idioma materno.
2. Rígidos: ausencia de análisis de la conducta propia y de otros, inadecuada autovaloración, incompreensión de la comunicación. No logra encontrar el tono y la forma adecuada de la comunicación para realizar una influencia efectiva.
3. Transitorios: estilo intermedio de los anteriores. No es completa la comprensión de la gente, la influencia ejercida no siempre es efectiva y adecuada a la situación.

El estilo de comunicación se considera adecuado a la situación cuando existe una correspondencia entre los recursos y medios utilizados por la personalidad, por un lado, y por otro el carácter de las relaciones interpersonales en el grupo, las particularidades psicológicas de los interlocutores y la especificidad y organización de la actividad conjunta.

DISCUSIÓN

El estilo de comunicación constituye una categoría integradora en la configuración de la personalidad. Es la concreción, en la individualidad, de la estrecha relación entre las categorías comunicación y personalidad. La definición que brinda Ortiz peca por ser muy instrumental, lo cual empobrece su comprensión desde el punto de vista psicológico, por lo que se intenta superarla.

El contenido del concepto estilo comunicativo refleja el conjunto de fenómenos y procesos de la personalidad como las capacidades y habilidades para el trato interpersonal, la autovaloración, la autorregulación y la motivación. Y cuando alcanza este estilo un mayor nivel de desarrollo implica también a la autoconciencia, a la autodeterminación, a la creatividad como proceso y a insertarse la persona como sujeto activo de la comunicación, lo que facilita un autodesarrollo intenso de la personalidad.

Pero de este análisis no se debe inferir que el estilo comunicativo sea una categoría tan amplia como la de personalidad, por el contrario, constituye un elemento de ella que manifiesta los recursos psicológicos interactivos del sujeto con las demás personas.

A menudo los rasgos comunicativos de las personas se han enfocado solo en función de habilidades o de capacidades, pero se considera que constituye una forma de empobrecer el análisis al enfatizar solamente en su componente ejecutivo e instrumental, es necesaria una valoración más integral.

Cada persona posee un estilo de comunicación determinado, que lo peculiariza y matiza sus relaciones con los demás, y determina el nivel de efectividad en su comunicación interpersonal, lo cual se torna decisivo en aquellas profesiones, como la pedagógica, en que la comunicación constituye un arma vital.

En el estilo comunicativo se mezclan elementos adquiridos mediante el aprendizaje formal e informal, con motivos, necesidades y afectos hacia otras personas y hacia sí, pero en un mutuo condicionamiento. Una mejor preparación cognitiva para la comunicación interpersonal debe motivar al sujeto para elevar su efectividad y perfeccionar su estilo, y por el contrario, reconocer y "sentir" la necesidad de una mejor comunicación, debe propiciar un mayor conocimiento y un desarrollo de habilidades en este sentido.

En el estilo comunicativo se integra, de manera más o menos coherente, toda la fenomenología analizada sobre la comunicación de carácter funcional. Su formación atraviesa la propia ontogenia del hombre, por lo que es relativamente estable, no es fácil de modificar de inmediato, pero si es educable, como lo es la personalidad en general.

El estilo comunicativo, como resultado de un aprendizaje anterior, está influido por las experiencias pasadas referidas a frustraciones y éxitos en el trato con otras personas, las cuales adquieren un peso decisivo en la conformación del estilo. Desde la infancia se va desarrollando y es en la edad juvenil donde adquiere mayor nitidez y estabilidad, aunque no con un carácter definitivo.

Este proceso formativo es muchas veces inconsciente porque el sujeto nunca ha centrado su atención en él, la adquisición de conciencia sobre el mismo es un importante paso para el autodesarrollo de la personalidad al permitir su perfeccionamiento ulterior.

CONCLUSIONES

El desarrollo espontáneo del estilo comunicativo constituye, por lo general, su expresión más limitada, al no incorporar toda aquella fenomenología psicológica que lo convierte en más consciente, dirigido y autodesarrollado

La concepción del mundo del individuo sobre la sociedad, sobre las demás personas y sobre sí mismo, se pone de manifiesto en el estilo comunicativo. Aquellos criterios despreciativos y de subestimación de otros, como complemento de la sobrevaloración de sí, conformarán un estilo diferente de aquellos criterios de respeto, consideración, como base para una autovaloración adecuada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Argentova, T. E. (2014) El estilo de comunicación como factor para valorar la efectividad de la actividad conjunta, p.130 133. Revista de Psicología, No. 6, Moscú, (en ruso).
- Engels, F. (1986) Papel del trabajo en el proceso de transformación del mono en hombre, p. 66 79. Obras escogidas, tomo III. Editorial Progreso, Moscú, 613 p.

- Esteban Albert, M. (2006) El alumno y el profesor. Implicaciones de una relación. Secretariado de Publicaciones. Universidad de Murcia. Madrid, 171 p.
- Figueredo, E. (1982) Psicología del lenguaje. Editorial Pueblo y Educación, La Habana, 1982, 109 p.
- González, F. y Mitjans M., A. (2019) La personalidad. Su educación y desarrollo. Editorial Pueblo y Educación, La Habana, 267 p.
- Hutchinson, L. and Beadle, M. (2015) Professors' communication styles: How they influence male and female seminar participants, p. 405 418. *Teaching and Teacher Education*, No. 4, Vol. 8, G.B.
- Latella, G. (2018) Enfoque semiótico de la interacción, p. 169 175. *Lingüística Española Actual*, Vol. VIII, No. 2.
- Lomov, B. (2019) El problema de la comunicación en psicología. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 293 p.
- López R., V. (2000) Estilo de dirección y liderazgo. Grupo de Estudios de Técnicas de Dirección. ISTH, Holguín, 19 p.
- Marx, C. y Engels, F. (1973) La ideología alemana, p. 11 81. En *Obras escogidas*. Tomo I. Editorial Progreso, Moscú, 616 p.
- Muñoz Carrión, A. (2015) Introducción. Nuevas orientaciones teóricas y metodológicas para el análisis de los productos comunicativos, p. 7 13. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* # 33, Enero Marzo, Madrid.
- Piñuel, R. (2018) Fuentes epistemológicas de la teoría de la comunicación, p. 35 54. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* # 33, Enero Marzo, Madrid.
- Potrony, J. (1992) La actividad y la comunicación: convergencias y divergencias, p. 81 88. *Revista Cubana de Psicología*, No. 2, Vol. IX, La Habana.
- Roig, M. y Muñoz C., A. (2017) Bibliografía sobre teoría de la comunicación, p. 197 225. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* # 33, Enero Marzo, Madrid.
- Roig C., M. (2016) Modelos psicosociológicos y antropológicos de la comunicación en pequeños grupos, p. 121 142. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* # 33, Enero Marzo, Madrid.

Sánchez, G. (2021) La formación y desarrollo de habilidades comunicativas en la preparación profesional del licenciado en educación primaria. Tesis de doctorado. I.S.P. "Félix Varela", Villa Clara. Inédita.

Valdés Casal, H. (1983) Teoría de la actividad y comunicación: ¿continuidad o ruptura?, p.3
11. Revista Cubana de Psicología, No. 23, La Habana