

La personalidad y la comunicación interpersonal



La personalidad y la comunicación interpersonal

La comunicación interpersonal trata los vínculos directos que relacionan una personalidad con otras. D. Zaldívar (2003) plantea que “La comunicación interpersonal puede ser considerada como el proceso de intercambios de mensajes entre dos o más personas, con la finalidad de alcanzar determinados objetivos”. La personalidad es el escondrijo en que se haya la esencia de la comunicación. La comunicación es la base para la construcción de la personalidad.

El estudio de la personalidad es un elemento central ya que es la expresión más genuina del ser humano como ser social, por su carácter activo y transformador, y por su papel autorregulador y regulador, vista la personalidad en su condición integrada entre lo cognitivo y lo afectivo. Es obvio 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.
- 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.

El término personalidad es la expresión psicológica integrada del hombre y sus manifestaciones en las distintas actividades de la vida social y en su implicación en el medio. La personalidad desempeña un papel esencial la comunicación y viceversa.

La personalidad y la comunicación

Una característica esencial de la personalidad es su integridad; no obstante, se puede identificar en su estructura dos dimensiones: ejecutora e inductora. La personalidad se traduce en percepciones, pensamientos, inteligencia, educación, experiencia, motivaciones, emociones, sentimientos, deseos y vivencias. Su comportamiento es el producto de las acciones en actividades, como soluciones, planes, logros y cumplimientos, y todo ello incide en la comunicación.

Hoy día es generalmente reconocido que el éxito en el desarrollo de una actividad no depende sólo de poseer determinados conocimientos y habilidades, sino que es necesario también la disposición, la orientación y el despliegue de la energía necesaria para alcanzar los objetivos propuestos. El éxito en el desarrollo de una actividad es la resultante del conjunto de factores interrelacionados, cuyo producto final no es una adición de las partes integrantes; no obstante, es necesario en el estudio del hombre realizar abstracciones para poder valorar la influencia relativa en el desempeño alcanzado en el desarrollo de una actividad.

Cuando se emplea el término personalidad se está haciendo referencia a la expresión psicológica integrada del hombre y a sus manifestaciones en las distintas actividades de la vida social en su implicación en el medio.

Entre los principales enfoques actuales en el estudio de la personalidad se deben significar el carácter integral visto con un enfoque holístico, expresado en el enfoque sistémico-configuracional; su individualidad, el carácter reflejo, el carácter social, la unidad de lo cognitivo y lo afectivo, la búsqueda de síntesis integradoras al explicar la misma, el carácter activo del sujeto en la construcción de la personalidad y su función reguladora y autorreguladora. La personalidad es un sistema de formaciones psicológicas en las que se expresa la unidad de lo cognitivo y lo afectivo y el carácter regulador y autorregulador del sujeto en el desarrollo de las diferentes actividades. La comunicación es un mecanismo regulador y autorregulador de la personalidad. Estas formulaciones unidas al análisis de los niveles de regulación de la personalidad sobre la base del nivel de conciencia con que actúa el sujeto (el dialogo enriquece la personalidad, pero el monólogo es un mecanismo autorregulador de nuestra conducta) constituyen el eje de la concepción de la personalidad.

En el estudio de la personalidad existen un conjunto de formaciones motivacionales particulares que resultan de interés al evaluar los principales aspectos que orientan y sostienen la actuación de los sujetos en las diferentes actividades, tales como: los intereses, los que reflejan la inclinación afectiva hacia el conocimiento de diferentes esferas de la vida social.

Las aspiraciones, que expresan la orientación de la personalidad en el propósito de alcanzar objetivos futuros y dentro de estas los ideales, como la concepción de un modelo de actuación del sujeto que incluye sus principales acciones futuras y las intenciones manifestadas en los planes y proyectos de acción que orientan la conducta del sujeto; la autovaloración que es la formación motivacional en su nivel regulador superior en la que el sujeto valora cualidades y las orienta en función del logro de determinados objetivos.

Todo esto va unido a la voluntad, como expresión de la constancia, la perseverancia, la independencia, la decisión, la fuerza y el autodominio en la orientación del sujeto para alcanzar un objetivo. La autoconciencia facilita la percepción, el conocimiento, y representación de la otra persona e interviene en la comunicación del sujeto a través valoraciones que hace de sí mismo y de las demás personas. En la comunicación se da el enriquecimiento de personalidad a través de valoraciones, juicios, deducciones, puntos de vista y de los otros, lo que hacen crecer y desarrollar su propia subjetividad.

Existen también síntesis que expresan al más alto nivel la integración de los aspectos cognitivos y afectivos, tales como: las convicciones que expresan la orientación de la actividad del hombre sobre la base de sus principios y puntos de vista y son una expresión de la integridad personal.

El estilo de vida, visto como el modo sistemático de actuar el hombre, en sus manifestaciones en las distintas esferas de la vida y el sentido de la vida, como la forma motivacional compleja, que expresa los niveles superiores de orientación de la jerarquía de motivos, manifiesta el objetivo supremo de la vida del sujeto y rige su orientación. Es necesario en el estudio del sujeto conocer cuáles son sus principales necesidades, motivos y otras formaciones psicológicas, ya que revelan la orientación y la fuerza de la dirección del comportamiento, lo que tiene incidencia directa en el desarrollo de la actividad por parte del sujeto.

Aunque algunos autores sobre la base de un enfoque positivista y una orientación empirista e instrumentalista analizan la influencia de los aspectos personológicos partiendo de resultados de técnicas estadísticas, y señalan la existencia de bajos niveles de correlación entre los factores de índole personológico y el éxito en el desarrollo de una actividad, es obvio que la incidencia

de los factores motivacionales no se produce de forma aislada, pues sólo con motivación no se realiza con éxito una actividad, sino que este es el resultado de la interrelación de aspectos de carácter cognitivo y afectivo.

No todas las personas se comportan igual en el proceso comunicativo, eso dependerá de la personalidad a través de los conocimientos, habilidades, capacidades, equilibrio emocional, competencias y situaciones que se hallen. En la comunicación, las personas valoran, sintetizan, elaboran y generan las ideas, concepciones, experiencias e información, expresan emociones, sentimientos, intereses, motivaciones, que recibe e intercambian normas y valores al afrontarse con la vida. La comunicación puede favorecer el desarrollo de la sensibilidad de las personas a través de la personalización de las situaciones y las influencias de la realidad, sobre todo, cuando se refiere a la subjetividad de otras personas. Es importante caracterizar la personalidad de interlocutores para hacer más eficaz la comunicación

La esfera cognitiva y afectiva en la comunicación

Dentro de los factores a los que se atribuye gran importancia, y a los que se ha prestado mayor atención en la psicología, están los aspectos de la esfera cognitiva, como dimensión ejecutora en la regulación y autorregulación de la personalidad. Lo cognitivo es la parte informativa de la comunicación.

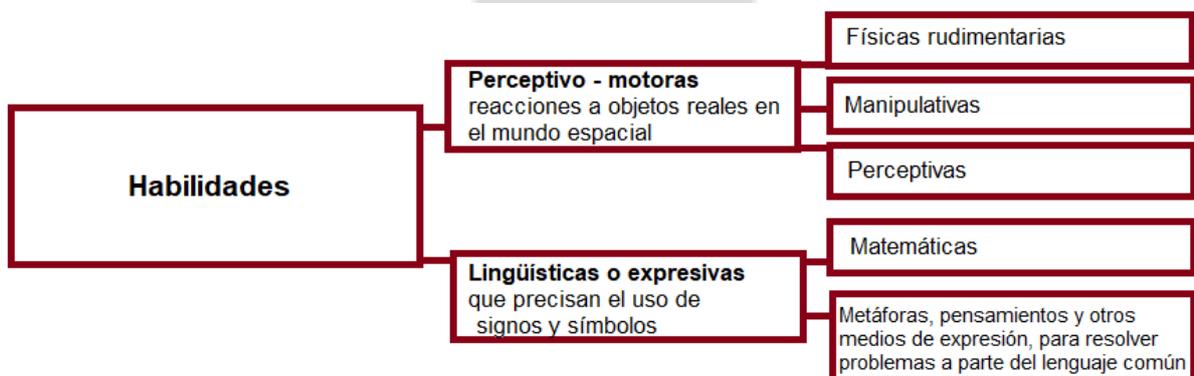
Si bien es cierto que poseer determinado desarrollo de conocimientos y habilidades facilita el desempeño de una actividad, se puede afirmar que, de manera aislada, sin la integración a otros factores no resulta suficiente, máxime cuando la actividad laboral no es una abstracción basada sólo en el nivel de ejecución, sino que es una actividad social que tiene múltiples requerimientos. Entre los principales aspectos de carácter cognitivo que se integran en la valoración de los requerimientos se encuentran: la inteligencia, habilidades, aptitudes, conocimientos, y se incorporan otros indicadores como pueden ser los años de experiencia, el nivel de escolaridad y la calificación técnica, elementos que pueden aparecer de forma significativa como requisitos o generalmente integrados en determinadas competencias. Las capacidades constituyen elementos de la esfera ejecutora en las que se expresan a un alto nivel la integridad de lo cognitivo y lo afectivo en la personalidad.

Son el sistema de procesos, unidades psicológicas, formaciones y síntesis integrados que expresan las facultades del hombre para desarrollar con éxito una actividad determinada. Se puede distinguir dentro de las capacidades la existencia de una capacidad general a la que se denomina inteligencia, y capacidades específicas vinculadas al desarrollo de determinadas actividades.

Es importante en el estudio de las capacidades conocer su estructura a los efectos de poder determinar los niveles de incidencia, ya sea relativamente de forma directa, de procesos independientes o integrado en configuraciones a un nivel superior de tipo operacional. También es necesario abordar el estudio de las capacidades desde un enfoque funcional y sistémico configuracional desde el punto de vista estructural.

Se parte del análisis de la estructura de las capacidades, conformado por los diferentes procesos psicológicos de orden cognitivo, tales como: percepción, atención, memoria, pensamiento y lenguaje, y que sirven de base al subsistema operacional en el cual se integran diferentes procesos en habilidades y hábitos, que expresan el accionar del sujeto en el desarrollo de las diferentes actividades. Las habilidades son acciones simples o complejas que han sido aprendidas, hasta el grado de ejecutarlas con rapidez.

Existen muchas clasificaciones de las habilidades, pero resulta interesante la subdivisión que realizan Fitts, P, y Posner, M. (1968) cuando valoran las experiencias desarrolladas por W. Bryan, y M. Harter, en 1899, sobre el desarrollo de habilidades en el aprendizaje de la transmisión y recepción telegráfica, en la cual se produce la necesidad del empleo de habilidades perceptivomotoras y lingüísticas, realizando la siguiente clasificación:



Las habilidades pueden ser clasificadas según su naturaleza: intelectuales, teóricas o mentales y físicas o motoras, y consideramos necesario incluir de forma diferenciada la existencia de habilidades interpersonales; según el contenido: deportivas, laborales, docentes, profesionales y según su alcance: generales y específicas.

Hay procesos psicológicos que son interdependientes, que tienen más relación con la comunicación. Ellos son: las percepciones, el pensamiento y el lenguaje. La realidad se transmite a partir de la interpretación individual, es la percepción de cada cual y no la realidad propiamente dicha. La forma en que se percibe una comunicación es influenciada por el ambiente en que se realizan los acontecimientos. La percepción determina la forma de ver el mundo que tiene cada persona, y consiste en un proceso mediante el cual estas organizan e interpretan sus impresiones sensoriales con el fin de dar significado a su entorno.

La percepción es integral y selectiva en correspondencia con las motivaciones, intereses y experiencias de cada cual. Por consiguiente, se ve mejor lo que se quiere ver y mal o nada en absoluto el hecho, fenómeno o dato que no se ajusta a la forma de pensar propia. La percepción en la comunicación tiene que ver con el conocimiento de la imagen de la otra persona, mediatizada por las experiencias en las relaciones interpersonales. La aceptación de la percepción influye en la comprensión de los objetivos, las metas, las motivaciones y en el acercamiento a los fines del otro.

La tendencia a la congruencia entre la percepción y la autopercepción nos habla a favor de la calidad de la relación interpersonal. Las incongruencias son causantes de alejamiento psicológico y distanciamiento de las relaciones interpersonales. En relación con los procesos cognoscitivos y el estudio de su participación en la construcción del conocimiento del sujeto, es importante precisar los indicadores a partir de los cuales se expresan los mismos, como es el caso del pensamiento.

El pensamiento reviste cualidades generalizadoras al impactar la proyección del ser humano, y constituirse los procesos lógicos en habilidades generales que integran la inteligencia los que participan también en el desarrollo y en la manifestación de diferentes capacidades específicas. El pensamiento y lenguaje son procesos íntimamente relacionados. A partir del análisis, síntesis, comparación, abstracción y generalización de los datos sensoriales se van formando los significados que se expresan en interpretaciones, juicios, impresiones, expectativas, valores, actitudes, suposiciones, ideas, predicciones, opiniones y conclusiones.

A través del pensamiento se recogen datos primarios como: percepciones, observaciones, hechos y evidencias. Los pensamientos matizan la percepción. Puede suceder que alguien piense que le está haciendo un bien a un empleado dándole más responsabilidad y en cambio él piensa que lo están sancionando al recargarlo de trabajo. Las creencias, los pensamientos acerca de cómo son las cosas son supuestos que influyen fuertemente en lo que se busca en una situación.

En relación con los procesos del pensamiento (cognoscitivos) y el estudio de su participación en la construcción del conocimiento del sujeto, es importante precisar los indicadores a partir de los cuales se expresan los mismos, como es el caso del pensamiento, el cual reviste cualidades generalizadoras al impactar en la proyección del ser humano. Los procesos lógicos pueden constituirse en habilidades generales que integran la inteligencia, los que participan también en el desarrollo y en la manifestación de diferentes capacidades específicas tales como el análisis, la síntesis, la comparación, la abstracción y la generalización. Asimismo, existen cualidades que lo caracterizan, como son: independencia, fluidez, flexibilidad, originalidad, nivel de elaboración, profundidad, consecutividad, productividad, economía de recursos y rapidez.

Sentido y palabra

El lenguaje es social por su naturaleza. Es el arte de hablar, escuchar y responder, no necesita medios instrumentales ni visuales, no exige adaptación ni esfuerzo de traducción y la decodificación es mínima. El lenguaje oral fue la forma más primitiva de comunicación interpersonal y es una de las características más arraigada en el ser humano. Los símbolos y el lenguaje con el consiguiente pensamiento, fueron el primer medio técnico empleado para comunicarse. A la comunicación humana le es privativo el lenguaje. El lenguaje posibilita la comunicación con ayuda del idioma o que lo mismo la lengua por medio de la cual se realizan las funciones de la comunicación.

El idioma es vital para la comunicación. La comunicación es sistema de signos, palabras, símbolos y expresiones que sirve para relacionar los objetos y fenómenos de la realidad, y de las reglas que se utilizan para combinarlas en enunciados comprensivos. Las reglas para su utilización e interrelación son únicas para ese idioma (lengua). El signo es una unidad esencial de relación del objeto o fenómeno y refleja la representación que da la actividad cognoscitiva de sujeto.

La palabra es la expresión de una unidad que refleja (oral y/o escrita) y relaciona un mismo objeto, fenómeno y un hecho o un conjunto de ellos. La palabra es común a todos los que hablan un idioma.

El significado es el proceso cognitivo que da el contenido general a un signo incluido su conocimiento sobre la correlación del mismo con determinados objetos, fenómenos y hechos que se manifiestan en todos los representantes de una lengua. El símbolo es un conjunto de signos, imágenes y/ o palabras que se le da al significado.

El sentido es el significado en su forma subjetiva, a través del sistema de objetivos y motivaciones de la actividad de una persona dada o de un grupo. El sentido es el contenido psicológico de la comunicación.

Es importante significar que el sentido de la comunicación está fuertemente ligado con las particularidades de la personalidad en interacción con el medio que nos rodea. El sentido y palabra se complementan en la comunicación. Como dijera Vigotski, L., (1956) “el signo es la unidad de comunicación y de la generalización. Apoyándonos en lo general que se nos da en el significado, somos capaces, mediante la combinación de palabras, en sus expresiones y utilización figurada expresar un nuevo contenido [sentido] que no coincide con el contenido fijado en signo “el sentido nunca es igual al significado directo de las palabras”

Las palabras deben estar respaldados por las acciones y sus comportamientos respectivos correspondientes porque si no pierden credibilidad con sus receptores Debe destacarse el aspecto regulador y autorregulador de la esfera cognitiva como dimensión ejecutora de la personalidad, la cual es expresión de la integración de lo cognitivo y lo afectivo.

Lo afectivo en la comunicación

El hombre en el desarrollo de 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.

El carácter inductivo de la personalidad constituye lo afectivo y regulativo en la comunicación. Las características y rasgos personales como unidades psicológicas aisladas no determinan “per se” el éxito en el desarrollo de una actividad. La personalidad es indivisa, es una conjugación de

elementos cognitivos y afectivos; por eso se ha reiterado que determinadas cualidades adquieren influencia sobre el comportamiento, a partir de su integración funcional.

Sólo desde el punto de vista de la investigación es posible abstraer determinados factores y emplear técnicas específicas para conocer el estado de los mismos. 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.

En la esfera afectiva es importante determinar cuáles son las cualidades favorables para el desempeño de una actividad y la posible presencia de alteraciones significativas de la personalidad que entorpezcan el desarrollo de la comunicación y del proceso laboral.

Estos elementos de carácter cognitivo o afectivo se valoran a partir de determinadas síntesis integradoras en función del desempeño, pero no es ocioso conocer el nivel en que se manifiestan estas unidades porque pueden adquirir un carácter significativo dentro de una síntesis.

Entre los principales elementos que componen la esfera afectiva que tienen incidencia en la comunicación, se pueden señalar las necesidades, los motivos, los intereses, las aspiraciones, las características personales y el equilibrio emocional. La comunicación tiene como base las necesidades que se desean satisfacer. La satisfacción de necesidades es importante para la aceptación, la comprensión o rechazo de la comunicación.

Las necesidades son el estado de carencia del individuo, 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 bajo una forma u otra por el sujeto, conduce su actividad. Desde el punto de vista teórico y metodológico de la psicología resulta útil la clasificación siguiente de las necesidades:

- **Fisiológicas** hambre, sed, sexo, sueño, movimiento,
- **Seguridad** física y sociolaboral
- **Artículos** producidos socialmente
- **Sociales** propiamente dichas; comunicación, reconocimiento, afecto

Clasificación de las necesidades

Las necesidades son fundamentales porque todo ser humano, las experimenta, aunque en grados diversos. Las necesidades sociales son interpersonales porque pueden ser satisfechas adecuadamente, a través de una agrupación social. Las necesidades interpersonales son el estado de carencia del individuo, que para satisfacerlas necesita de otras personas.

También tiene como características que son sociales, grupales y cíclicas. En un individuo las necesidades interpersonales no la satisfacen, por él sólo. La necesidad de relacionarse y de comunicarse, hay que satisfacerlas en un medio social. Todas las personas tienen necesidades interpersonales específicas. Se pueden identificar varias necesidades interpersonales, que son:

- comunicación
- pertenencia o inclusión
- afecto o estima
- reconocimiento
- realización
- necesidad de comunicación
- necesidad de pertenencia o inclusión
- necesidad afecto o estima

La necesidad de comunicación es una de las más vieja del hombre. Es una necesidad vital, igual que el hambre, la sed, la respiración, la reproducción y el movimiento. Para que el hombre sea hombre hay un factor fundamental, que tiene que comunicarse.

La necesidad las personas de afiliarse, pertenecer o incluirse en un grupo es necesidad de pertenencia o inclusión. Todas las personas tienen necesidad sentirse aceptado, integrado, valorado por aquellos a quienes se une. Las personas tienen su estilo de vida, su manera de hablar, su modo de comportarse, su modo de vestir, y tienen semejanza con algunas personas.

Una vez satisfecha de las necesidades de pertenencia o inclusión, las personas o se enfrentan con las necesidades afecto. estima o/y de amistad. La afectividad es la cualidad de las personas de expresar sus emociones, sentimientos y vivencias. La afectividad de las personas es sentir y dar esas emociones, sentimientos y vivencias.

Todas las personas tienen necesidad de sentirse querido, amado, aceptado. La falta de satisfacción en la necesidad de afecto o estima conduce a trastornos psíquicos.

- La necesidad reconocimiento
- La necesidad reconocimiento consiste en querer ser valorado satisfactoriamente por las otras personas del grupo en cualquier esfera de la vida.
- La necesidad de realización
- Las necesidades de realización son las que se llaman necesidades egoístas.
- Las necesidades de realización de la persona (crecimiento personal y su desarrollo)
- Las necesidades son infinitas. Cuando una necesita se satisface empieza otra.

Las personas no aspiran solamente a pertenecer, a ser incluido, ser estimado a ser respetado, a ser reconocido sino quiere que lo valoren por sus cualidades y competencias que sobresalga entre los demás. La satisfacción de necesidades es importante para el bienestar emocional en las distintas actividades laborales y en la vida en sentido general. Especial relevancia en el análisis de esta esfera reviste la teoría de la actividad, al considerar al hombre como un ser activo, partiendo de la relación necesidad-motivo como elemento activador de la conducta. Es en este vínculo con las demás personas, objetos y fenómenos que se forman determinadas actitudes, a partir de las cuales se configuran toda una serie de formaciones motivacionales.

La motivación se puede definir como la formación psicológica compleja, que expresa la dimensión inductora de la personalidad, la cual tiene una evidente función reguladora y autorreguladora, que tiene que ver con la comunicación y manifiesta la tendencia orientadora de la misma mediante las necesidades y la jerarquía de motivos. La motivación por el trabajo ha sido objeto de estudio de la psicología laboral desde sus inicios; así desde el surgimiento de la administración como ciencia, la misma se encuentra condicionada por la interrogante siguiente: ¿qué es lo que mueve al hombre en el desarrollo de la actividad laboral? E. Zayas, (1990) plantea: “Otro 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”.

Hay factores psicológicos que influyen y determinan la calidad con que se efectúa la comunicación, tales como: las motivaciones, los intereses, los deseos, las actitudes, las expectativas, los estados emotivos, el prejuicio de las personas que se comunican. Es importante al estudiar la motivación del ser humano, la clasificación de los motivos. González, V. y otros (1995) proponen la siguiente:

- Por su manifestación: intereses, convicciones, aspiraciones, ideales, intenciones
- Por su contenido: cognoscitivos, laborales, artísticos
- Por su nivel de conciencia: conscientes, inconscientes
- Por su polaridad: positivos y negativos
- Según su estabilidad: estables, inestables
- Por su generalidad: generales o amplios y particulares o estrechos
- Por su influencia jerárquica: rectores o dominantes y secundarios o subordinados.

Es vital para conocer la personalidad y las motivaciones de una persona el determinar cuáles son las principales necesidades y motivos, o sea, la configuración de la jerarquía de estos, en función de poder valorar los principales elementos dinamizadores de su conducta. Cuando las motivaciones e intereses de las personas, no hay coincidencia, el receptor puede mostrarse más cerrado a las informaciones y omitir parte de ellas y distorsionarlas. (E. Zayas, 1990)

Las comunicaciones interpersonales no resueltas son motivo de frustración y pueden ocasionar desconfianza, inseguridad y nuevos conflictos. El contenido de los mensajes puede tener más o menos connotación en el que lo recibe de acuerdo a factores psicológicos y socio-culturales a la hora de interpretarlos.

Si el mensaje que se emite está en concordancia con lo que desea el receptor o con sus intereses, se comprende más fácilmente y la retroalimentación es efectiva con poca distorsión; si por el contrario no resulta del interés del receptor, ni es lo que espera escuchar, este mensaje va a ser retroalimentado con omisiones o desviaciones del contenido del mismo. El prejuicio es una variedad extrema de la actitud que afecta seriamente la comunicación y también las relaciones interpersonales pues puede conducir a la discriminación. Existe, a su vez, todo un conjunto de formaciones psicológicas complejas, que expresan desde distintos ángulos la orientación del comportamiento de las personas.

Dentro de las de tipo afectivo se destaca el carácter, que tradicionalmente ha sido considerado la expresión generalizadora de la esfera afectiva, el cual integra, a partir de la jerarquía de motivos, las principales necesidades, actitudes y características personales que expresan la relación del hombre con otros hombres, objetos y fenómenos.

Es vital para conocer la personalidad y las motivaciones de una persona el determinar cuáles son las principales necesidades y motivos, o sea, la configuración de la jerarquía de estos, en función de poder valorar los principales elementos dinamizadores de su conducta. Resulta de interés conocer el grado de estabilidad, plenitud, integridad y fuerza de los elementos caracterológicos. La caracterización de la personalidad para la comunicación es vital. Hay procesos afectivos que tienen gran peso en la comunicación como las emociones, sentimientos y deseos.

Las emociones son las vivencias afectivas relacionadas con las necesidades fisiológicas. Las emociones como alegría, amor, defensa, celos, odio, vergüenza, sorpresa, tristeza, miedo, ira, asco y desprecio actúan como filtros en casi todas las relaciones y en la comunicación.

Las personas perciben, ven y oyen lo que están emocionalmente sintonizados para ver y oír. Las perturbaciones que se ven al comunicarse -pausas, silencios, muletillas, vacilaciones- son síntomas de emotividad.

Los estados emotivos internos en las personas pueden producir interferencias en las comunicaciones, que en situaciones normales no ocurrirían, ya que en tales casos los individuos pueden o no ser capaces de pensar claramente y convertirse en impulsivas e irracionales de manera que la realidad de los hechos pueda ser distorsionada tanto en la información que reciben como en la que envían.

La fuga de ideas es un síntoma de los estados emotivos internos en las personas. Las emociones no son irracionales ni incontrolables, cuando se ve como indicios que ayudan a ver “lo que es.” No se pueden cambiar deseándolo o deseando que ellos cambien. Las emociones son como un esfigmómetro, ellas te indican que presión tienes.

Los sentimientos

Los sentimientos son las vivencias afectivas relacionadas con las necesidades sociales y sus expectativas. Los sentimientos positivos más comunes son: complacido, confiado, satisfecho, contento; y los sentimientos negativos: disgustado, desconfiado, frustrado, irritado, deprimido.

Los sentimientos responden a cambios de las percepciones, pensamientos, deseos o acciones. Las personas se valoran y valoran a los demás emocionalmente, se comparan, (asemejan o se diferencian), tratan de comprender, incluyen posibles cambios en función de las necesidades del otro, y elabora estrategias de interacción, comunicación y de comportamiento, todo eso es un proceso interinfluencia.

Los sentimientos derivan de las emociones, que son las reacciones orgánicas o instintivas que experimenta un individuo y por el cual responde a ciertos estímulos externos. Por tanto, los sentimientos se originan de la conceptualización y valoración racional de las emociones y de las causas de éstas. Como se puede apreciar, los términos sentimiento y emoción no son sinónimos, pero, sí depende uno del otro. Es decir, para que se genere un sentimiento previamente ha de experimentarse una emoción ante una persona, situación, objeto, entre otros.

Las emociones son intensas y de breve duración, por el contrario, los sentimientos son más duraderos, pueden ser verbalizados y determinar la disposición o estado de ánimo de un individuo en alegre, triste, desanimado, apasionado, etcétera. Diversos estudios psicológicos han determinado cómo los sentimientos, tras la experiencia de una emoción, activan un conjunto de neurotransmisores en el cerebro que permite a la persona reaccionar y dar respuesta de manera consciente ante un hecho, individuo, animal u objeto. Por tanto, los sentimientos generan una serie de procesos mentales que, para algunos psicólogos, determinan la personalidad, sin embargo, esto puede variar por causa de las tendencias dinámicas de los sentimientos que se experimenten. Es decir, los sentimientos funcionan como una herramienta emocional que permite la interrelación, toma decisiones, estado de ánimo e, incluso, estado de salud y gesticulación de cada individuo. Como ejemplo de un sentimiento se puede mencionar lo que ocurre cuando un niño se cae y se lastima sus rodillas, lo primero que experimenta es la emoción de miedo o susto. Luego, al darse cuenta de lo que sucedió le surge el sentimiento de dolor y tristeza por la herida.

Deseos

Los deseos son las intenciones, lo que la persona quiere para sí, para los demás y para las relaciones interpersonales que sostiene. Las palabras comunes asociadas a los deseos son: metas, exigencias, objetivos, motivos, intereses e intenciones. Los deseos pueden ser pequeños o grandes, comenzar con un sueño o una fantasía, y ser traducidos en metas y objetivos específicos. Las motivaciones del deseo pueden ser muy variadas. El deseo surge por el recuerdo de vivencias pasadas que resultaron placenteras. Ese es el caso de alguien que desea comer un determinado plato que sabe que le gusta o que quiere volver a visitar un lugar donde vivió buenos momentos. Cuando el anhelo por una situación del pasado se torna muy intenso y genera tristeza se habla de nostalgia. Se suelen confundir ambos conceptos, pero son términos diferentes. Las principales diferencias entre deseo y necesidad son las siguientes:

- El cumplimiento de un deseo no es esencial para vivir. Suelen responder más al gusto u objetivo personal de una persona con la idea de sentirse mucho mejor al cumplirlo.
- Suplir una necesidad si es vital para poder vivir. Las necesidades son aquellas cosas importantes que se han de tener o llevar a cabo para poder sobrevivir.

Los deseos son las respuestas emocionales a las informaciones sensoriales, a las expectativas, cosas que el sujeto espera adquirir, llevar a cabo o convertirse en algo o alguien. Los deseos son motivadores, energizan a las personas. Las personas tienen típicamente tres tipos de deseos:

- los que “quieren tener”: un trabajo cómodo, buenos amigos.
- los que “quieren hacer”: terminar un trabajo, carrera, concluir un informe, competir, colaborar, ignorar, aclarar, demandar, persuadir, comprender, apoyar.
- los que “quieren ser”: honestos, respetados, queridos, apreciados, exitosos.

Los deseos pueden ser un libro oculto, no expresados conscientemente dentro de las personas. Los deseos no siempre apuntan a situaciones que tengan como protagonista a quien los siente; por ejemplo, se cuando alguien espera que otra persona obtenga resultados satisfactorios de un emprendimiento, puede decirle «te deseo mucho éxito» o «te deseo lo mejor», entre otras muchas posibles frases de aliento y buenos augurios. Los seres humanos solemos expresar asimismo deseos de felicidad ajena a nuestros amigos y familiares, tanto en situaciones puntuales como de manera espontánea y constante.

Asertividad

Un requisito de la comunicación interpersonal es la asertividad como función de la autoestima, 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. La asertividad es una forma de comunicar equilibradamente e implica un alto desarrollo emocional.

Las personas asertivas expresan lo que piensa, siente y actúa sin imponerse y perjudicar a nadie, ni dañar la autoestima y la dignidad de las personas, cuidando la imagen e intimidad y sin violar los límites de la individualidad. Es una persona que tiene una buena autoestima, opinión, y confianza sí mismo y se siente segura de sus posibilidades. La asertividad es aceptar o tolerar el derecho de los demás a pensar, opinar, actuar. Esta cualidad se encuentra relacionada con el respeto al otro. Querer y respetar al otro no significa quererse y respetarse a uno mismo, sino quererse y respetar a los demás. La persona asertiva mantiene una relación transparente, auténtica con los otros, actuar con firmeza, sin agresividad, ni superioridad, ni prepotencia permite aceptar los propios errores y el de los demás. Requisitos para las personas asertivas:

- autoestima
- respetarse y quererse a sí mismo
- ser honesto consigo mismo y con los demás
- ser educado y respetar a demás personas
- usar un lenguaje acorde
- ser objetivo
- dar las disculpas para cuando sean necesarias
- no acorralar a los demás
- nunca amenazar y ganar con gentileza
- aceptar un revés con distinción
- escuchar atentamente a todos
- demostrar interés por el tema que está siendo tratado
- concentrarse en el presente
- aceptar las diferencias individuales
- mantener una actividad tolerante

Recomendaciones para ser una persona asertiva

- aceptarse a uno mismo
- sonreír y hacer sonreír
- ser auténtico
- ser transparente
- ser honesto con uno mismo
- no pelear, ni discutir inútilmente
- no imitar las conductas de otros
- congruencia del mensaje verbal con el no verbal
- expresar sus propias opiniones
- mirar el lado positivo de los señalamientos que te hacen
- no quejarse por todo
- no autojustificarse cuando se ha cometido un error
- no quejarse ante que lo pasa

Hay varios autores que abordan los derechos asertivos:

- Derecho a juzgar su propio comportamiento, pensamientos y emociones, y a tomar la responsabilidad de su iniciación y consecuencias.
- Derecho a hacer cualquier cosa mientras ello no suponga daño para nadie.
- Derecho a conservar su dignidad mostrándose adecuadamente asertivo.
- Derecho a pedir algo a otra persona; esa persona tiene derecho a decir NO.
- Hay ciertos límites en algunas situaciones en que los derechos no están del todo claros.
- Juzgar la propia conducta, pensamiento y emociones y hacerse responsable de ellas.
- No estar obligado a pedir disculpas o razones que justifiquen su comportamiento fuera de las situaciones en que está establecido que se haga.
- No ser quien debe decidir si está obligado o no a buscar soluciones a problemas de otros.
- Derecho a cambiar una decisión o criterio anterior.
- Derecho a cometer errores como todo ser humano y debe responsabilizarse con ellos.
- Derecho a ser ilógico al tomar una decisión.
- Derecho a decir No comprendo; YO no sé; No me importa cuando lo considere oportuno.

Estilo comunicativo

Las personas tienen una forma de comunicarse. El estilo comunicativo es la forma singular que posee cada persona de expresar su comportamiento a través de las relaciones que establece en la interacción con los demás y determina el grado de afectividad en la comunicación interpersonal. También tenemos que hablar en un estilo de comunicación coherente con nuestra personalidad, necesidades, gustos, aficiones y estilo de escucha. Los estilos de comunicación expresan:

- como se habla y se conversa con los demás
- como se comunica
- cómo son enviados los mensajes
- como escucha a los compañeros de su trabajo que le rodean.
- la sensibilidad
- el impacto que tiene cada estilo.

Existen muchas clasificaciones de estilos comunicativos, pero hay una clasificación del estilo comunicativo que tiene ver con el mundo organizacional y hay varios autores que se basan en esa la clasificación: la acción, en el proceso, en las personas y la ideas. De ahí se clasifican en:

- Estilo centrado en la acción
- Estilo centrado en el proceso
- Estilo centrado en las personas
- Estilo centrado en la idea
- El estilo centrado en la acción habla de: responsabilidad, retroalimentación, experiencia, retos, realización (ganancias), cambios, decisiones y resultados.

Las personas con el estilo centrados en la acción se caracterizan porque ser: prácticas (con los pies en la tierra), directos (van al asunto directamente), impacientes, decisivos, rápidos (saltan de una idea a otra), enérgicos (retadores), dinámicos, operativos, su relación comunicativa suele ser compulsiva, no tienden a favorecer las relaciones afectivas y se limita su capacidad de escucha.

En el estilo comunicativo centrado en el proceso las personas hablan acerca de hechos, procedimientos, observación, planes, organización, controles, exámenes, experimentos, análisis, pruebas y detalles. Las personas centradas en el proceso se caracterizan por ser: sistemáticos (paso a paso), lógicos, objetivos, verbosos, pasivos, cautelosos, pacientes, gran capacidad de escucha, su relación comunicativa la cuidan para no resultar impersonal o demasiado técnico y así no bloquear al intercomunicador.

En el estilo comunicativo centrado en las personas los individuos hablan acerca de: personas, necesidades, motivaciones, trabajo en equipo, comunicación, sentimientos, comprensión, su propio desarrollo, sensibilidad, conciencia, cooperación, creencias, valores, expectativas y relaciones.

En el estilo centrado las personas se caracterizan por ser: espontáneos, enfáticos, calurosos, subjetivos, emocionales, perceptivos, sensitivos, sinceros, impetuosos, expresan sus sentimientos, limitada capacidad de escucha e impresionables.

El estilo comunicativo centrados en la idea las personas hablan acerca de: conceptos, innovación, creatividad, oportunidad, posibilidad, grandes diseños, publicaciones, interdependencia, nuevas ideas, nuevos métodos, problemas y alternativa.

Las personas que tienen el estilo centrado en la idea se caracterizan porque son: imaginativos, carismáticos, difíciles de comprender, egocéntricos, poco realistas, creativos, proveedores de ideas, evasivos, poco comprometedores, poca capacidad de escucha, deben tener cuidado para no dejar de ser objetivos y precisos.

Responda este test para que vea que estilo de comunicación posee. El mismo tiene como objetivo conocer los criterios del estado personal de comunicación. Estos tests constan de 80 ítems agrupados en 2 donde el sujeto debe seleccionar una de las alternativas en cada uno.

Estilos de comunicación. Test de apreciación personal.

Después que responda el tests, califíquelo. Por favor, seleccione en cada pareja de atributos aquel que le es más característico a su personalidad. Haga una selección en cada par y escriba el número en la hoja de respuesta.

No hay respuestas erróneas. Recuerde sólo seleccionar una respuesta de cada situación.

1. Me gusta la acción.
2. Yo enfrento los problemas de una forma sistemática.
3. Yo considero los grupos más efectivos que los individuos.
4. Yo disfruto mucho de la innovación.
5. Estoy más interesado en el futuro que en el pasado.
6. Disfruto trabajar con la gente.
7. Me gusta atender grupos bien organizados.
8. Las fechas de cumplimiento son importantes para mí.
9. No puedo permanecer indeciso.
10. Creo que las nuevas ideas deben ser probadas antes de ser usadas.
11. Disfruto la estimulación de la interacción con otros
12. Siempre busco nuevas posibilidades.
13. Yo quiero establecer mis propios objetivos.
14. Cuando empiezo algo no paro hasta concluirlo.
15. Trato de comprender las emociones de otros.
16. Yo reto a la gente a mi alrededor.
17. Miro adelante para recibir retroalimentación en mi proyección.
18. Ir paso a paso es muy efectivo.
19. Creo saber lo que quiere la gente.
20. Me gusta la solución de problemas creativos.
21. Yo extrapolo y proyecto todo el tiempo.
22. Soy sensible a las necesidades de otros.
23. Planificación es la clave del éxito.
24. Me pongo impaciente con las deliberaciones largas

25. Me mantengo ecuánime cuando estoy presionado
26. Yo valoro mucho la experiencia.
27. Yo escucho a la gente.
28. La gente dice que yo soy un tipo que piensa rápido.
29. Para mí la cooperación es palabra clave.
30. Yo utilizo métodos lógicos para probar alternativas.
31. Me gusta manejar varios proyectos al mismo tiempo.
32. Yo siempre me cuestiono.
33. Yo aprendo con la práctica.
34. Yo creo tener control sobre mis emociones.
35. Yo puedo predecir como otros pueden reaccionar ante un estímulo
36. No me gustan los detalles.
37. El análisis debe siempre preceder a la acción.
38. Yo soy capaz de apreciar el clima de un grupo.
39. Tengo la tendencia de empezar las cosas y no terminarlas
40. Yo me considero una persona resuelta.
41. Me gusta enfrentar tareas retadoras.
42. Confío en la observación y en los datos.
43. Puedo expresar mis sentimientos ampliamente.
44. Me gusta idear nuevos proyectos.
45. Disfruto mucho de la lectura.
46. Me considero una persona asequible.
47. Me gusta enfrentar las cosas de una vez por todas.
48. Me gusta emprender nuevos proyectos.
49. Disfruto aprendiendo de otros.
50. Me gusta la variedad.
51. Los hechos hablan por sí solos.
52. Uso mi imaginación tanto como me es posible.
53. Soy impaciente con las lecturas largas y lentas.
54. Mi mente nunca cesa de trabajar.
55. Las decisiones importantes deben tomarse con precaución.

56. Creo firmemente que la gente necesita entenderse para llevar a feliz término una tarea.
57. A menudo tomo decisiones sin pensarlo mucho.
58. Las emociones crean problemas.
59. Me gusta caer bien.
60. Puedo tomar decisiones acertadas con rapidez.
61. Pongo a prueba mis nuevas ideas con la gente.
62. Creo en los avances científicos.
63. Me gusta obtener las cosas ya hechas.
64. Las buenas relaciones son esenciales.
65. Soy impulsivo.
66. Me gusta diferenciar a las personas.
67. La comunicación con la gente es un fin en sí mismo.
68. Me gusta ser estimulado intelectualmente.
69. Me gusta organizar.
70. Yo usualmente salto de una tarea para la otra.
71. Hablar y trabajar con las personas es un acto creativo.
72. Mi actualización es palabra clave para mí
73. Me complace jugar con las ideas.
74. No me gusta malgastar el tiempo.
75. Disfruto haciendo lo que considero útil.
76. Yo aprendo en la interrelación con otros.
77. Yo encuentro las abstracciones interesantes y las disfruto.
78. Soy paciente y minucioso.
79. Me gusta ser breve e ir al grano.
80. Me siento seguro de mí mismo.

CALIFICACION

Circula los números que el sujeto haya seleccionado dando el valor de 1 por cada selección. Súmelo al final. El valor máximo por cada estilo es 20 y el total para los 4 estilos debe ser 40.

- ESTILO 1 1,8,9,13,17,24,26,31,33,40,41,48,50,53,57,63,65,70,74 y 79 **Acción** TOTAL 1
- ESTILO 2 2,7,10,14,18,23,25,30,34,37,42,47,51,55,58,62,66,69,5,78 **Proceso** TOTAL 2
- ESTILO 3 3,6,11,15,19,22,27,29,35,38,43,46,49,56,59,64,67,71,76,80 **Personas** TOTAL 3
- ESTILO 4 4,5,12,16,20,21,28,32,36,39,44,45,52,54,60,61,68,72,73,77 **Ideas** TOTAL 4

Estilo A Centrados en la acción. **Contenido** Ellos hablan acerca de:

- Objetivos
- Funcionamiento
- Productividad
- Eficiencia
- Responsabilidad
- Retroalimentación
- Experiencia
- Retos
- Realización (ganancias)
- Cambios
- Decisiones

Comportamientos. Ellos son:

- Prácticos (con los pies en la tierra)
- Directos (van al asunto directamente)
- Impacientes
- Decisivos
- Rápidos (saltan de una idea a otra), Dinámicos
- Enérgicos (retadores)
- Operativos
- Su relación comunicativa suele ser compulsiva
- No tienden a favorecer las relaciones afectivas



Estilo B Centrados en el proceso **Contenido** Ellos hablan acerca de:

- Hechos; Analíticos
- Procedimientos
- Planes
- Organización
- Controles
- Exámenes; Experimentos; Pruebas
- Observación
- Detalles

Comportamientos. Ellos son:

- Sistemáticos (paso a paso) y objetivos
- Lógicos
- Verbosos
- Pasivos
- Cautelosos
- Pacientes
- Gran capacidad de escucha
- Cuidan su relación comunicativa

Estilo C Centrados en las personas **Contenido.** Ellos hablan acerca de:

- Necesidades; Motivaciones
- Trabajo en equipo; Comunicación
- Sentimientos y Comprensión
- Su propio desarrollo
- Sensibilidad, Conciencia
- Valores
- Cooperación
- Creencias
- Expectativas
- Relaciones

Comportamiento. Ellos son:

- Espontáneos
- Enfáticos
- Calurosos
- Subjetivos
- Emocionales
- Perceptivos
- Sensitivos
- Sinceros
- Impetuosos
- Expresan sus sentimientos
- Limitada capacidad de escucha
- Impresionables

Estilo D Centrados en la idea **Contenidos.** Ellos hablan acerca de:

- Conceptos; Innovación; Creatividad
- Oportunidad; Posibilidad
- Grandes diseños
- Publicaciones
- Interdependencia
- Nuevas ideas
- Nuevos Métodos
- Problemas; Alternativa

Comportamientos. Ellos son:

- Imaginativos y Creativos. Deben tener cuidado para no dejar de ser objetivos y precisos
- Carismáticos
- Difíciles de comprender
- Egocéntricos, poca capacidad de escucha
- Proveedores de ideas
- Evasivos, poco comprometedores

La comunicación interpersonal funcional o disfuncional

La personalidad y la comunicación interpersonal están íntimamente ligadas en cuanto a las funciones. La comunicación interpersonal puede ser funcional o disfuncional y se puede clasificar en dependencia de:

- el grado de vínculo de las funciones de la comunicación
- el grado la congruencia de las interacciones, percepciones y representaciones mutuas
- las capacidades comunicativas
- recursos de la personalidad
- la expresión reguladora y auto reguladora del sujeto

Las comunicaciones interpersonales funcional se caracterizan por ser:

- fluidas
- claras
- fieles
- transparentes
- comunican adecuadamente
- la satisfacción de las necesidades
- contribuyen al crecimiento personal.

La comunicación interpersonal disfuncional

- insuficiente comunicación
- distorsión de la comunicación
- pocas posibilidades de mejorar
- contradicciones en mantener una relación
- no desarrollan sentidos que conduzcan al crecimiento personal.
- la falta de cultura comunicativa
- que impide la identificación de conflictos y problemas en las relaciones

Ejercicios

1. ¿Cuáles son los procesos interdependientes que tienen que ver con la comunicación?
2. ¿Qué es la percepción?
3. ¿Qué es el pensamiento y el lenguaje?
4. ¿Qué son las emociones?
5. ¿Qué son los sentimientos?
6. ¿Qué son los deseos?
7. ¿Qué papel desempeña la esfera cognitiva en la comunicación?
8. ¿Qué papel desempeña la esfera afectiva en la comunicación?
9. ¿Qué papel juegan las necesidades en la comunicación?
10. ¿Qué relación hay entre la personalidad y la comunicación?
11. ¿Qué papel juega la asertividad en la comunicación?
12. ¿Qué son los estilos comunicativos?
13. ¿Qué importancia tiene la comunicación interpersonal en la personalidad?
14. ¿Por qué el lenguaje es una actividad psíquica?
15. ¿Por qué el lenguaje es la envoltura del pensamiento?
16. ¿Por qué el lenguaje es un medio influencia de comunicación?
17. ¿Por qué el pensamiento y el lenguaje son una función reguladora de la comunicación?
18. ¿Por qué el pensamiento y el lenguaje un medio de planificación de las actividades?