

La sugestión en la comunicación profesor-alumno en el aula universitaria

*Exploratory Research on the Use of Persuasion in Communication between
Professors and Students in Classrooms*

Yoania De Paz Leyva^{1*} <https://orcid.org/0000-0003-3884-8392>

Emilio Alberto Ortiz Torres² <https://orcid.org/0000-0002-0497-9063>

¹ Centro Universitario Municipal, Banes, Holguín, Cuba.

² Centro de Estudios de Educación (Cece), Universidad de Holguín, Cuba.

* Autor para la correspondencia. ypaz@uho.edu.cu

RESUMEN

El empleo excesivo de la persuasión en la comunicación interpersonal en el aula universitaria ha provocado un impacto formativo no siempre positivo, reflejado en una despersonalización de los conocimientos. El estudiante no siempre configura personalmente el conocimiento en la formación profesional, lo cual provoca el olvido, es decir, se imparte mucho contenido, pero existe una carencia del cómo se aplica ese contenido. Ante esta problemática se hace un acercamiento al uso de la sugestión en la comunicación profesor-alumno, ya que no todas las intervenciones e influencias orales están sustentadas en argumentos racionales: hay afirmaciones que carecen de ello y tienen un impacto positivo. El trabajo tiene como objetivo mostrar algunos resultados sobre el empleo de la sugestión en la comunicación profesor-alumno a través de un estudio exploratorio donde se aplicó el método de la observación y la entrevista individual.

Palabras clave: comunicación interpersonal, enseñanza-aprendizaje universitario, teoría fundamentada.

ABSTRACT

The excessive use of persuasion in interpersonal communication in classrooms at universities has not always positively affected education, which has caused knowledge to become depersonalized. Students not always personalize knowledge acquired in professional training, so that what was learned is forgotten, that is, too many lessons are given, but they fail to have practical application. In view of this problem, an exploratory research on the use of persuasion in communication between professors and students was carried out, because not all intervention and oral influence have a rational basis – there are statements lacking rationality, but having a positive effect. This paper is aimed at presenting some results of the use of persuasion in communication between professors and students, obtained in an exploratory research through observation and personal interviews.

Keywords: *Interpersonal communication, teaching-learning process at universities, a supported theory.*

Recibido: 1/6/2018

Aceptado: 15/5/2019

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un proceso de interacción entre las personas, en el cual se expresan sus cualidades psicológicas, se forman y desarrollan sus ideas, representaciones, valores, motivaciones, aspiraciones, etcétera. El concepto de comunicación puede ser asociado a diferentes términos que contribuyen a su definición, tales como: mutualidad, reciprocidad, comunión, comunidad, posesión de algo en común, participación, trasmisión, información, contaminación, expresión, codificación, accesibilidad, decodificación, similitud, sociabilidad, afectividad, regulación y simpatía.

La mayoría de los investigadores coinciden en que la comunicación interpersonal es simbólica, verbal y no verbal, multifuncional, transaccional, reveladora y que puede ser intencionada y no intencionada. Casi todos concuerdan en que responde a necesidades, está influida por factores ambientales y exige *feedback*.

La comunicación educativa es una forma de comunicación peculiar, ya que la participación, la donación y demás características son cualificadas y pormenorizadas en su aplicación. La comunicación está íntimamente implicada en el proceso educativo.

En América Latina las investigaciones sobre comunicación educativa han tenido la huella de corrientes psicológicas contemporáneas como: Psicoanálisis, Conductismo y Humanismo. No obstante, no se han limitado a reproducir lo realizado en otras áreas geográficas; por el contrario, han enriquecido la teoría y la práctica gracias a la originalidad de los aportes realizados por parte de autores tales como Freire (1979, 1980, 1985, 1998), Kaplún (1983, 1984, 1987, 1993), Casañas y Domínguez (1987), Rodríguez (1989), González (1989), González Rey (1995), Fernández, Durán y Álvarez (1995), Prieto (1998), Karam (2005), Ortiz y González (2012) y Ortiz Torres (2017).

Fernández (2000) aborda la comunicación educativa y explica cómo desarrollar la habilidad de la persuasión como uno de los mecanismos de la comunicación y de sus componentes sociopsicológicos. Sin embargo, no aborda el empleo de la sugestión como parte de la comunicación profesor-alumno.

Según Ortiz Torres (2017), se constata una reiteración de temas que, si bien en un momento determinado contribuyeron a su enriquecimiento teórico, metodológico y práctico, en estos momentos refleja un agotamiento creativo en razón a la redundancia de contenidos abordados. No obstante, existen otros fenómenos y procesos importantes apenas estudiados, presentes y con frecuencia latentes en toda comunicación interpersonal, en general, y en la comunicación educativa, en particular, como la sugestión, sobre el que no hay suficientes criterios científicos.

En el contexto educativo existen determinadas problemáticas que necesitan ser resueltas. De ahí que un profesor que logre transmitir un adecuado nivel de conocimientos a sus alumnos porque domina su asignatura, pero es incapaz de percatarse del estado emocional de estos durante la clase, de los problemas que los afectan, así como de sus peculiaridades individuales, no es eficiente en su acción formativa.

En tal sentido, si los trata a todos por igual, de un modo frío y distante para resaltar su autoridad en el aula y realiza expresiones como: «Aquí nadie va a aprobar», «Tú jamás vas a graduarte», crea una barrera en la comunicación con sus estudiantes que puede afectar el aprendizaje. Ellos pueden temer hacerle preguntas, aclarar sus dudas, lo que incide en la comprensión de la asignatura. Dicho profesor no puede ejercer una influencia adecuada sobre sus alumnos, ya que existe un distanciamiento entre él y sus estudiantes.

En el proceso de comunicación interpersonal en el aula universitaria confluyen múltiples fenómenos psicológicos, los cuales interactúan de manera compleja e influyen en los resultados formativos. Dentro de ellos se encuentra la sugestión, que no ha sido muy tenida en cuenta en el ámbito educativo por haberse privilegiado otros fenómenos más racionales, como, por ejemplo, la persuasión. Esta ha demostrado ser un recurso muy útil en el cumplimiento de los objetivos instructivos del proceso de enseñanza-aprendizaje por su esencia argumentativa y lógica. Por el contrario, la sugestión ha sido muy considerada como no pertinente, ni deseable en la docencia por su esencia afectiva, inductiva y no argumentada.

Sin embargo, en el aula la sugestión se manifiesta de manera constante y hasta inconsciente dentro del proceso comunicativo entre el profesor y sus alumnos; es prácticamente imposible impedirla y que sea la persuasión el único recurso efectivo que se utilice. Además, la propia esencia cognitiva y afectiva de la comunicación interpersonal presupone que los mecanismos racionales coexistan con los afectivos.

Los profesores están combinando constantemente los recursos de la persuasión y la sugestión en el logro de su labor formativa, puesto que no todas sus intervenciones e influencias orales están sustentadas en argumentos racionales: hay afirmaciones que carecen de ellos y tienen un impacto positivo en los alumnos por su autoridad, prestigio y la función que cumple como docente, aunque habría que cuestionarse si lo hacen de manera intuitiva o planificada y si promueven el efecto educativo deseado.

La sugestión está implícita dentro de la persuasión, tiene un componente racional por lo que el profesor debe combinar ambos mecanismos para lograr un impacto formativo en sus estudiantes. Sin embargo, ha existido un empleo con mayor frecuencia de la persuasión en detrimento de la sugestión, los profesores desconocen en alguna medida el valor de las sugestiónes positivas y, por otra parte, no siempre se gestan variantes, opciones, procedimientos y recursos didácticos que dirijan su accionar a la salida pertinente de sugestiónes positivas que favorezcan el crecimiento personal y profesional de los estudiantes en formación, a partir del tratamiento en la comunicación interpersonal y de su salida en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La sugestión constituye uno de los conceptos desarrollados desde las ciencias psicológicas (Psicología Clínica y Psicología Social), orientados hacia la práctica terapéutica, el *marketing*, la publicidad (González, 1978; Platonov, 1975; Kulikov,

1979; Predvechni y Sherkovin, 1981; Andreieva, 1984; González, 1989; López González, 2013).

En el aula universitaria este es un tema que no ha sido objeto de estudios sistemáticos que permitan aportar argumentos científicos sobre sus peculiaridades psicológicas. En este sentido, en el análisis y revisión de los referentes bibliográficos resulta significativo el hecho de que las principales propuestas desarrolladas en este campo fueron realizadas desde la sugestopedia: Lozánov (1978) y sus continuadores, Almanza y Morales (2010), Leal (2014) como referentes fundamentales de su aplicación en el escenario educativo relacionado con la enseñanza de segundas lenguas y su vínculo con el aprendizaje acelerado. Ante la carencia de estudios sistemáticos sobre el tema se realizó la búsqueda de datos empíricos desde la teoría fundamentada como metodología cualitativa, por lo que se persigue como objetivo mostrar algunos resultados sobre el empleo de la sugestión en la comunicación profesor-alumno en el aula universitaria.

DESARROLLO

1. LA SUGESTIÓN EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

El término sugestión viene del latín *suggerere* (colocar debajo, insinuar, dejar entender). Está presente en todos los contextos de la vida cotidiana y profesional en que se desarrolla la comunicación interpersonal oral, por su influencia en las personas a través del contacto oral cotidiano, en un nivel predominantemente afectivo que logra influir en la subjetividad de los demás, sin necesidad de un proceso de argumentación racional y muy influido por la autoridad y el prestigio del que sugestiona.

Platonov (1975) refiere que la sugestión es una influencia no argumentada que está dirigida hacia un fin y que esta da la orientación a las ideas y conducta de las personas, convirtiéndose en el motivo de conducta. Actualiza y refuerza aquello que debe estimularlas e inhibe lo que las estorba.

En la sugestión adquiere gran significación el grado de disposición del auditorio para centrar su atención en las informaciones de determinado contenido. Percibir las y asimilarlas depende en gran medida de las representaciones que este auditorio tenga

sobre la persona que desempeña el papel de comunicador, su estatus, conducta, prestigio, la sinceridad de sus intenciones y realidad de las informaciones que emanan de él.

En la psicología la sugestión fue tempranamente destacada por Bechterev y Fedotova (1972) sobre la base de posiciones teóricas naturales y sociales, las cuales estimulaban el desarrollo del mundo espiritual infantil, con el aporte de mecanismos de la sugestión aplicables a la educación.

La sugestopedia constituyó una aplicación práctica de la sugestión en la educación. Para su fundador, Lozánov (1978), está presente en todo acto educativo como un factor comunicativo constante, con aplicaciones prácticas en la música como método terapéutico y en la enseñanza de idiomas.

En este sentido, resultan importantes las definiciones que aporta Lozánov (1978, p. 56) en relación a la sugestión como concepto central en su obra cuando señala: «La sugestión es un factor comunicativo constante que mayormente hace activar la capacidad de las reservas funcionales de la personalidad».

Por otra parte, destaca que la sugestión no debe entenderse «en el sentido limitante, reductor, condicionador y manipulador, sino en el sentido del significado en inglés de la palabra *suggestion*: ofrecer, proponer, es decir, ofrecerle a la personalidad una amplia selección de opciones, como lo hace la naturaleza» (Lozánov, 1978, p. 61).

La sugestión está asociada a la personalidad, como lo afirma Labrador (1980), puesto que la sugestionabilidad de las personas varía en dependencia de sus características individuales.

González Ordi (2016) resume los tres factores para sugestionar: la sugestión, el que sugestiona y el sugestionado. Entre ellas, además, media la capacidad de sugestionar y la de ser sugestionado. Este mismo autor refiere una clasificación de la sugestión: la sugestión involuntaria, como la que establece su campo de acción en la comunicación interpersonal normal y se aplica de forma inconsciente. Entre estos inductores se pueden encontrar padres, compañeros, entrenadores, médicos, formadores, jefes, que no toman conciencia de que están influenciando a través de una sugestión a otro sujeto o grupo de sujetos, por lo que no son conscientes del tipo de efecto que puede provocar su influencia sugestiva, que puede ser positiva o negativa, ya que cualquier palabra,

expresión o gesto puede tener una influencia, de una índole u otra, en quien lo está escuchando u observando.

La otra clasificación que aborda es la sugestión directa, que es una forma de aplicación que se realiza a través de una sugestión verbal y por medio de su acción inmediata, es específica, concreta y lo que recibe el sujeto al que va dirigida es una sugerencia clara y concisa. Dentro de las sugestiones directas, las afirmaciones breves y sencillas tienen más éxito a la hora de influir en las valoraciones generales que las personas hacen de sí mismas, los objetos y los problemas.

Por el contrario, la sugestión indirecta es la que se realiza a través de un mediador, que puede ser un objeto o estímulo complementario, o un estilo de comunicación indirecta, como la metáfora. Se trata de una sugestión inespecífica, a través de la cual se pueden transmitir ideas por medio del lenguaje, los gestos o el lenguaje no verbal (Martínez, 2005). Se trata de sugestiones permisivas que facilitan la elicitación de respuesta del receptor permitiéndole una mayor implicación y protagonismo (López González, 2013). Para que la sugestión produzca un efecto positivo en el sujeto que la recibe, tiene que ser aceptada por el receptor y para ello hace falta que el contenido semántico de la sugestión no entre en conflicto con la ideología ética y moral, los intereses y las necesidades internas del sujeto.

González Ordi (2016) aborda también estrategias para el uso de la sugestión en el contexto educativo y refiere la estrategia verbal, dialéctica o conversacional y se refiere al uso de la palabra para administrar sugestiones pues es el recurso empleado con mayor frecuencia. Este autor explica que en realidad el uso de sugestiones directas positivas o negativas ha sido poco investigado y el efecto que estas producen en los sujetos, menos todavía.

Otra estrategia es la emocional positiva, sustentada por la práctica psicológica de la perspectiva positiva, la razón por la cual cualquier emoción positiva es una sugestión que se puede utilizar como recurso para intervenir sobre los síntomas del malestar psicológico.

En la estrategia visual e imaginativa se puede utilizar la imaginación como recurso constructivo de las fortalezas personales y gestión de problemas emocionales. El sistema visual permite establecer relaciones entre ideas y conceptos, puesto que la abstracción y la planificación son parte del proceso de aprendizaje. Por otra parte, se

alude a las estrategias de focalización a partir de que es importante conocer la selección o preferencias de recepción de la información por parte del receptor, en el intento de buscar que se centre en las sugerencias que le ofrece el emisor. Dentro de este último, el modelo VAK (Dunn y Dunn, 1978) se refiere a los estilos de aprendizaje aludiendo a los tres sistemas de representación que canalizan la información visual, auditiva y kinestésica.

El método de la didáctica multisensorial consiste en utilizar todos los sentidos posibles para captar la información, con el fin de que los aprendizajes que se produzcan sean completos y significativos. Por último, se señalan las estrategias hipnosugestivas y se aborda que todas las personas son sugestionables en mayor o menor grado. Son utilizadas por la mayoría de los educadores y, en general, por todos aquellos emisores que desean ejercer una influencia verbal sobre los demás, sin que muchos de ellos hayan sido conscientes al hacerlo.

La sugestionabilidad del estudiante pudiera ser factible de convertirse en una herramienta útil para la educación, a la luz de todos los efectos beneficiosos que han surgido de la aplicación de sugerencias positivas en el campo clínico, si se pudieran incluir dentro de un programa diseñado para encauzar el potencial del alumno y favorecer recursos didácticos en el aula universitaria.

Defiende González Ordi (2016) que para educar en este sentido el sistema educativo debería incluir como prioridad en su currículo la necesidad de la formación del profesorado en un estilo de comunicación con el alumno que actúe sobre la emoción, saltándose el «razonamiento» y potenciando la necesidad de que los profesores se sitúen profesional y personalmente frente a estas nuevas demandas educativas.

Las sugerencias están presentes en la vida cotidiana y la sugestionabilidad es un componente de la personalidad de los seres humanos. Todo aquel que tenga la intención de emitir mensajes para que otros se sientan bien, progresen y confíen en sus capacidades, de una manera u otra está emitiendo mensajes que van en la misma dirección: la mejora de las personas. Razón de más para que los docentes, en el intento de encauzar emociones y propiciar estados de aprendizaje óptimos, pueden y deben utilizar herramientas psicológicas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El aula universitaria puede beneficiarse utilizando la sugestión y la sugestionabilidad como herramientas útiles. Asimismo, los enfoques didácticos necesitan utilizar un

lenguaje con un código común al de la emoción, que llegue no por la vía de pensar ni de la razón, sino por la vía de sentir.

Gimeno (2016) explicita que el docente necesita adquirir nuevos recursos psicológicos y siendo emisores de sugerencias. En cualquier caso, no deben actuar deliberadamente, sino que han de actuar de una forma consciente en su actividad educativa, situarse en las condiciones adecuadas para desarrollar el aprendizaje.

El docente tiene que ser consciente de qué comunica, cómo lo comunica, cuándo lo comunica y por medio de qué recursos lo comunica. Tiene que estar formado en el uso de sugerencias positivas intencionadas y ser consciente de la importancia en el proceso de formación de sus alumnos.

En la psicología de orientación marxista la sugestión fue desvalorizada por considerarla como dañina en la comunicación interpersonal y contraponiéndola de manera excluyente con la persuasión. Kulikov (1979) la clasifica en tres tipos: la sugestión en estado de vigila, la sugestión hipnótica y la sugestión en estado de sueño natural. La sugestión, según Predvechni y Sherkovin (1981), es el modo de influencia comunicativa calculado para la percepción no crítica de las informaciones de las cuales se afirma o se niega algo sin demostración.

Andreieva (1984) la considera un medio psicológico de influencia en la comunicación y la define como un tipo especial de influencia no argumentada, orientada hacia un objetivo de una persona hacia otra o sobre un grupo, basada en una percepción no crítica, analiza varias definiciones sobre sugestión por parte de diversos autores, en las que se reitera su carácter de influencia psicológica oral no racional en las personas con baja actitud crítica hacia el contenido de lo sugestionado.

Sin embargo, Sherkovin (1982) se refiere a la tradicional contraposición de la sugestión con la persuasión al destacar la importancia de la fuerza sugestiva de la persuasión, ya que ambos fenómenos «no están separados por una pared infranqueable, sino actúan mancomunadamente, en una misma dirección, complementándose mutuamente y elevando, en última instancia, la efectividad informativa de masas» (Sherkovin, 1982, p. 74). Precisa que la sugestión está determinada no tanto por el contenido de la información como por su forma exterior, por su expresividad, que enfatiza la significación y el revestimiento emocional del mensaje, así como por el prestigio de la fuente.

González (1989) defiende a la sugestión como un procedimiento perfectamente aplicable como recurso de la comunicación. La eficacia del recurso sugestivo siempre dependerá del prestigio social, de los rasgos de la personalidad, de la sinceridad, de la firmeza e incluso de la apariencia personal del emisor.

Los recursos de la sugestión deben emplearse combinadamente con la persuasión en toda comunicación humana. En la enseñanza los profesores hacen afirmaciones que no pueden ser demostradas por razones de tiempo, de estructuras de los programas o por el nivel de los estudiantes que aún no tienen la base para asimilarla hasta años posteriores, por lo que la sugestión deviene en un recurso didáctico.

Almanza y Morales (2010) expresan resultados en la enseñanza de segundas lenguas con la aplicación de una alternativa metodológica sustentada en la teoría de la sugestopedia que hacen un vínculo entre sugestopedia y aprendizaje acelerado.

Tal vez una de las definiciones más completas y claras del concepto de sugestión sea la de Stokvis y Pflanz: «La sugestión es una influencia que se ejerce sobre el pensamiento, el sentimiento, la voluntad o los actos de otra persona, sin pasar por la esfera racional de esta, a base de una relación interhumana de realización en otra persona de los actos de voluntad propios que crea una resonancia afectiva» (Stokvis y Pflanz, 2008, p. 765).

Martínez (2005) apunta que hasta finales del siglo XIX solo se hablaba del uso de la sugestión hipnótica con una finalidad terapéutica, dentro del campo de la hipnosis clínica. Es a principios del siglo XX cuando se plantea la necesidad de utilizar la sugestión (no solo hipnótica sino en todas sus formas) en las distintas áreas y aspectos de la vida social. En el contexto educativo se realizan estudios, aunque insuficientes todavía, en el proceso enseñanza-aprendizaje universitario.

Otros autores, desde la orientación individual en contextos educativos Bermúdez (2007), consideran la sugestión y la persuasión como métodos de orientación individual al considerar el rol orientador del maestro. Coinciden en que para el uso de la sugestión se requieren de habilidades y de un amplio conocimiento teórico y metodológico, además del prestigio y credibilidad del orientador.

Por otra parte, es significativo abordar que la autora Fariñas (2004) hace alusión al desarrollo de las HCDP (habilidades conformadoras del desarrollo personal), enfocadas hacia un aprendizaje desarrollador. Aborda teóricamente que el manejo intencionado, consciente de los mecanismos de la formación planificada de las acciones mentales,

puede reforzarse con la movilidad en la implementación dentro de la habilidad expresión-comunicación.

Investigaciones más recientes apuntan que para realizar las sugerencias positivas el docente debe tener un buen conocimiento de la técnica y debe saber manejar la voz «particularmente el tono emocional, las inflexiones y la prosodia: es tan importante lo que se dice como la forma en que se dice» (González, 2012, p. 64).

Se debe «utilizar» todo lo que el alumno trae consigo, su personalidad, sus circunstancias, sus puntos de vista y su sugestionabilidad, el entorno, la voz, el lenguaje verbal y no verbal, las propias palabras del alumno y todo lo que esté al alcance del educador para comunicarse con el alumno y que en esa interrelación se den las circunstancias adecuadas para construir un estado emocional positivo, potenciar una autoestima sólida y propiciar estados óptimos del alumno para el aprendizaje.

La revisión de la literatura especializada sobre el tema refleja que la sugestión ha sido insuficientemente investigada como parte de la comunicación profesor-alumno en el aula universitaria. Ha existido una falta de integralidad en el abordaje de la sugestión al enfatizar en la dimensión racional (cognitiva) en detrimento de la dimensión afectiva, por lo que, para obtener datos empíricos sobre su manifestación, se diseñó una guía de observación para aplicarla a profesores de diversas carreras y en diferentes asignaturas, tanto a docentes noveles como con experiencia, para generar información sobre la sugestión en el aula universitaria. Por lo tanto, se asumió la teoría fundamentada.

La teoría fundamentada surge en la década de los 60, «propuesta por Barney Glaser y Anselm Strauss con la segunda escuela de Chicago (*Grounded Theory*) o teoría de campo, ha sido muy difundida en el campo de las ciencias sociales: la antropología, la sociología, la psicología, entre otras» (San Martín, 2014, p 34).

Según Cisneros (2004, p. 56): «Cuando se utiliza la metodología de la TF (Teoría Fundamentada) las relaciones entre las teorías y los métodos llegan a estar estrechamente integradas. Los datos ofrecen la evidencia empírica necesaria para las deducciones posteriores, y el analista toma estas directrices para la emergencia de categorías o propiedades relevantes».

A partir de lo anteriormente expuesto se aborda el tema de la sugestión y el uso de la teoría fundamentada con su carácter eminentemente inductivo y la cuantificación de los datos empíricos.

En la construcción de esta teoría son importantes, según San Martín (2014), las fases y aspectos a incluir en la aplicación y evaluación de esta teoría. Se refiere a una primera fase de preparación donde se incluyen aspectos como: definir el objeto de evaluación, en este caso las sugerencias y seleccionar los instrumentos de evaluación, específicamente, la observación, la entrevista a profundidad y el cuestionario abierto y cerrado. Una segunda fase es la de evaluación, proceso cíclico que incluye identificar, comparar e integrar constantemente en la generación de la teoría a partir de los datos obtenidos en el estudio de campo.

Se asume el criterio de P. Torres (2016) al referir que hay que asegurar el rigor de la investigación. Para ello se deben tener en cuenta criterios de suficiencia y adecuación de los datos. La suficiencia se refiere a la cantidad de datos recogidos, antes que el número de sujetos, la cual se consigue cuando se llega a un estado de «saturación informativa» y la información no aporta nada nuevo.

2. ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE EL USO DE LA SUGESTIÓN EN LA COMUNICACIÓN PROFESOR- ALUMNO EN EL AULA UNIVERSITARIA

Se diseñó una guía de observación para aplicarla a profesores de diversas carreras y en diferentes asignaturas, tanto a docentes noveles como con experiencia. En las observaciones a clases se recogen carreras, asignaturas, grupos, modalidad, profesores observados, años de experiencia docente, sexo, edad. No fue una muestra intencionada ni probabilística, solo fue la vía para obtener datos que permitieron fundamentar empíricamente el problema científico. La entrevista a profesores estuvo dirigida a indagar en el conocimiento científico y didáctico sobre la planificación y ejecución de sugerencias positivas en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se aplicaron los instrumentos en cinco facultades y quince carreras de la Universidad de Holguín, Cuba. En la Tabla 1 se contabilizan la cantidad de profesores observados y el comportamiento de los indicadores.

Tabla 1. Correlación entre los indicadores de la observación a clases en las carreras

| Carreras | Cantidad de docentes | Sexo | | Cantidad por modalidad | | Sugestiones | | Años de experiencia promedio |
|-----------------------------|----------------------|-----------|-----------|------------------------|-----------|-------------|-----------|------------------------------|
| | | M | F | CPE | CRD | Positivas | Negativas | |
| Lic. Derecho | 2 | 0 | 2 | 0 | 2 | 2 | 0 | 12 |
| Lic. Gestión Sociocultural | 3 | 1 | 2 | 0 | 2 | 2 | 1 | 8 |
| Lic. Contabilidad | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 15 |
| Lic. Historia | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 0 | 11 |
| Lic. Educación Primaria | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8 |
| Lic. Informática-Matemática | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 16 |
| Lic. Educación Preescolar | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 14 |
| Ing. Civil | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| Ing. Industrial | 5 | 3 | 2 | 0 | 5 | 4 | 1 | 9 |
| Ing. Agrónoma | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| Lic. Lengua Inglesa | 2 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 14 |
| Lic. Español | 3 | 1 | 2 | 0 | 2 | 3 | 0 | 19 |
| Lic. Biología | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 2 | 0 | 8 |
| Lic. Geografía | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| Lic. Cultura Física | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| Total | 42 | 20 | 22 | 14 | 28 | 25 | 13 | 10 |

Como indicadores para evaluar las manifestaciones de la sugestión en la clase, se determinaron los términos de sugestión positiva y sugestión negativa, indicadores propuestos por los autores de la investigación ante la carencia de fundamentos teóricos sobre el uso de la sugestión en el aula universitaria.

La primera es una aseveración sin argumentos que puede expresar confianza en los alumnos y en sus potencialidades educativas u otra afirmación no relacionada directamente con ellos. La segunda sugestión refleja, por el contrario, desconfianza en los alumnos y en sus potencialidades educativas. Posteriormente, se le realizó una entrevista a cada profesor observado para constatar el carácter espontáneo o no de las sugerencias realizadas por ellos en el aula.

Se observaron 42 clases en las modalidades presencial (curso diurno) y semipresencial (curso por encuentros) en las carreras de Contabilidad, Derecho, Estudios Socioculturales, Historia, Licenciatura en Educación Primaria, Informática-Matemática, Licenciatura en Educación Preescolar, Ingeniería Civil, Ingeniería Industrial, Ingeniería

Agrónoma, Lengua Inglesa, Licenciatura Español-Literatura, Biología, Geografía y Licenciatura en Cultura Física.

Como parte de la fundamentación empírica del problema de investigación se aplicó una encuesta a los estudiantes para evaluar los estados de aceptación de los profesores que más hacen sugerencias en las clases y coincide la preferencia por sus clases. Refieren que se sienten más cómodos para intercambiar no solo dudas de contenido, sino para abordar cuestiones personales, sienten mayor motivación por la carrera que escogieron, aunque muchos no la solicitaron en primera opción. Por el contrario, aquellos docentes que hacen sugerencias negativas hacen el contenido más dificultoso para los educandos, quienes se cohiben para preguntar dudas, acercarse al docente y en ocasiones se sienten inseguros.

Por otra parte, es significativo que los docentes que hacen sugerencias positivas coinciden con los mejores resultados de promoción, permanencia y calidad en general en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Sin embargo, los docentes que hacen sugerencias negativas logran menor índice de permanencia de sus estudiantes en sus carreras y estos estudiantes corroboran en las entrevistas que sintieron barreras que obstaculizaron la comunicación sincera con sus profesores, que pudieron haber incidido en aprender mejor y mantenerse en sus carreras.

Para el procesamiento y análisis de la información obtenida se empleó la herramienta N Vivo, *software* libre especializado en el procesamiento de datos cualitativos. El análisis de los datos revela que los profesores observados poseen experiencia docente, predominan las sugerencias positivas, algunas de las cuales están referidas a la confianza en las potencialidades de los alumnos. Sin embargo, los docentes desconocen el posible impacto de estas expresiones, al no tener conciencia de un conocimiento científico, psicológico y por consiguiente didáctico. Las sugerencias negativas constatadas niegan las posibilidades de éxito a sus alumnos y están concentradas en las asignaturas de la disciplina Matemática, en las cuales existen las mayores dificultades docentes.

Es significativo que en algunas de las clases observadas no se hacen sugerencias y esto es un elemento a tener en consideración para la valoración. Hay un predominio del sexo femenino en la realización de sugerencias positivas. Los profesores más jóvenes son los

que más realizan sugerencias positivas. Sin embargo, no son conscientes del impacto formativo en sus alumnos.

La Figura 1 y la Figura 2 ilustran un acercamiento al análisis de los datos cualitativos obtenidos de las observaciones a clases con la utilización de la herramienta N VIVO.

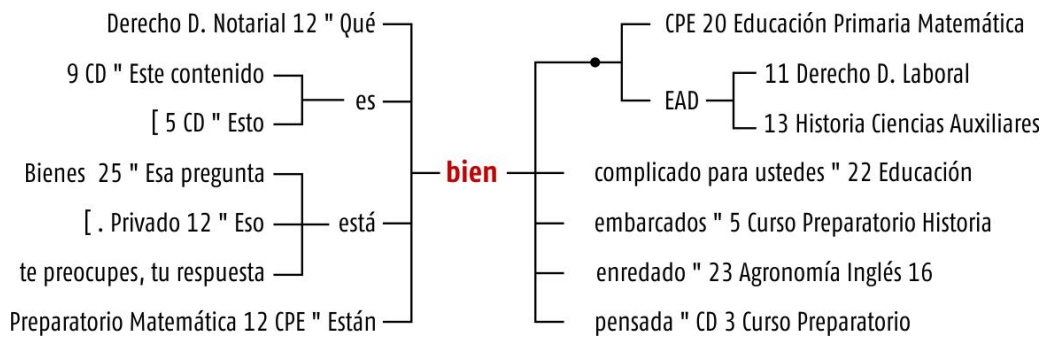


Figura 1. Diagrama de análisis de datos cualitativos con *software* N VIVO.

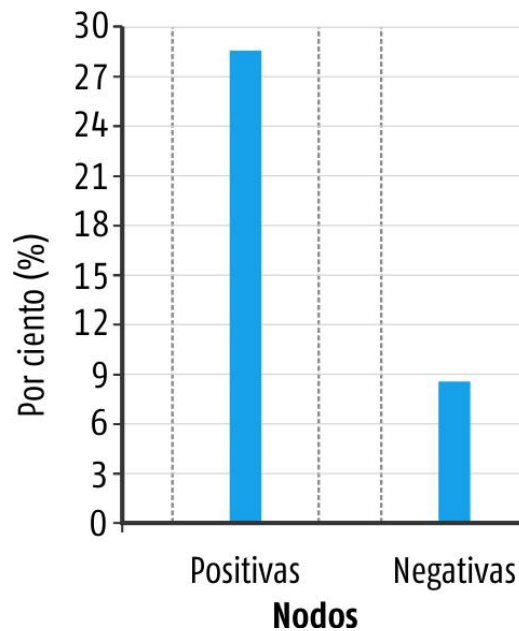


Figura 2. Gráfica de análisis cualitativos de datos con *software* N VIVO.

Las entrevistas con docentes revelan que realizaron las sugerencias sin conocer claramente cuál es su esencia psicológica, ni cómo aplicarlas con efectividad (didáctico), por lo que realizan un uso espontáneo de ellas, sin ser conscientes del efecto que tienen en los alumnos aquellas aseveraciones realizadas sin la argumentación

correspondiente para el éxito en el aula universitaria, sobre la base de su experiencia anterior y su desarrollo personal y profesional.

Estos datos sobre las peculiaridades de la sugestión en el aula universitaria hay que considerarlos como interesantes y novedosos, ya que no existen suficientes antecedentes investigativos sobre este tema en el aula universitaria.

Ante esta situación se valora pertinente continuar en la aplicación de recursos didácticos que permitan su inclusión en el aula universitaria a través de un método sugestivo y un procedimiento que permita su inclusión en el proceso de enseñanza-aprendizaje universitario.

CONCLUSIONES

La sugestión es un mecanismo socio-psicológico inmanente en el aula universitaria, que ha sido menospreciado por el predominio de concepciones racionalistas que han privilegiado a la persuasión. Por esta razón, apenas ha sido objeto de estudios sistemáticos que permitan aportar argumentos científicos sobre sus peculiaridades en este nivel de enseñanza.

Las evidencias empíricas obtenidas revelan que los profesores realizan sugestiones, por lo general de forma inconsciente, de acuerdo con su experiencia docente, pero sin una fundamentación de su utilidad, al desconocer su esencia y su real impacto formativo en los alumnos. Estos resultados son interesantes porque revelan que la sugestión constituye un recurso psicológico valioso poco empleado en el aula universitaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMANZA, GONZALO RAFAEL y ARELY BEATRIZ ASCUY MORALES (2010): *Alternativa para el perfeccionamiento de la expresión oral de la lengua inglesa*, Las Tunas, Cuba.
- ÁLVAREZ, C. V (2012): «La elección del estudio de caso en la investigación educativa, *Gazeta de Antropología*» <<http://hdl.handle.net/10481/20644>> (2015-05-10).
- ANDREIEVA, G. (1984): *Psicología Social*, Editora Vneshtorgizdat, Moscú.

- BECHTEREV, M. y O. FEDOTOVA (1972): *The Genesis of the Theoretical Foundations of Psychology of Suggestion*, Editora Psychology Studies, New York .
- BERMÚDEZ, M. (comp.) (2007): *La orientación individual en contextos educativos*, Ed Pueblo y Educación, La Habana.
- CARUANA, A. (2010): «Aplicaciones educativas de la psicología positiva», <http://www.lavirtu.com/eniusimg/enius4/2010/11/adjuntos_fichero_695709_a48810d27731bb0b.pdf> (2018-11-21).
- CASAÑAS, A. y L. DOMÍNGUEZ (1987): «La comunicación grupal», en Colectivo de Autores, *Investigaciones de la personalidad en Cuba*, Editorial Ciencias Sociales, La Habana, pp. 172-196.
- CASTRO, V. C. (1989): *Profesión: comunicador*, Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
- CISNEROS, A. (2004): «Forum: Qualitative Social Research», <<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/550/1190>> (2012-10-26)
- COLECTIVO DE AUTORES (1985): *Fundamentos de la psicología social y de la propaganda*, Editora Instituto de Ciencias Sociales, Leningrado.
- DUNN, R. y K. DUNN (1978): *Teaching Students Thought their Individual Learning Styles: A Practical Approach*, Prentice Hall, New Jersey.
- FARIÑAS, G. L. (2004): *Maestro, para una didáctica de aprender a aprender*, Ed. Pueblo y Educación, La Habana.
- FEDOTOVA, O. V. (2014): «The Genesis of the Theoretical Foundations of Psychology of Suggestion of V. M. Bechterev Procedia», <<http://www.sciencedirect.com>> (2016-01-10).
- FERNÁNDEZ, A.; B. DURÁN y M. ÁLVAREZ (1995): *Comunicación educativa*, Editorial Pueblo y Educación, La Habana.
- FERNÁNDEZ, F. M. (2000): *Qué español enseñar*, Arco/Libros, Madrid.
- FERNÁNDEZ-BERROCAL, P.; R. ALCAIDE, N. EXTREMERA y D. PIZARRO (2002): *The role of perceived emotional intelligence in the psychological adjustment of adolescents*, Edit Perspectiva Educativa, Madrid.
- FREIRE, P. (1979): *La educación como práctica de libertad*, Ed. Siglo XXI, México.
- FREIRE, P. (1980): *Pedagogía del oprimido*, Ed. Siglo XXI, México.
- FREIRE, P. (1985): *Pedagogía del oprimido*, Ed. Siglo XXI, Madrid.

- FREIRE, P. (1998): *Pedagogía de la Autonomía*, 2^{da} edición, Ed. Siglo XXI, México.
- GIMENO, D. M. (2016): «Desarrollo y aplicación del inventario de sugestionabilidad, versión para adolescentes (is-a), en alumnos de enseñanza secundaria», Universidad Complutense de Madrid, España.
- GONZÁLEZ ORDI, H. (2016): *Hipnosis en el siglo XXI*, Edit Psicología Clínica, Madrid.
- GONZÁLEZ REY, F. (1995): *Comunicación, personalidad y desarrollo*, Editorial Pueblo y Educación, La Habana.
- GONZÁLEZ, A. (2012): «También podemos hablar. Fomento de la comunicación oral en el aula», tesis de maestría, Facultad de Formación del Profesorado y Educación Universidad de Oviedo, <<http://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/3903>> (2017-10-13).
- GONZÁLEZ, J. L. (1978): «Autogenic Abreaction and Psychoanalysis», *Therapy in Psychosomatic Medicine*, vol. 3, n.º 7, Barcelona, pp. 134-140.
- GONZÁLEZ, O H. y J. J. MIGUEL TOBAL (1998): «Estrategias de sugestión en el manejo de la activación psicofisiológica: El efecto de las instrucciones y el nivel de sugestionabilidad. Ansiedad y Estrés», *Revista Psicoperspectiva*, vol. 4, n.º 2-3, Madrid. pp. 281-298.
- GONZÁLEZ, V. (1989): *Profesión: Comunicador*, Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
- IBARRA, M. L. (2005): *Psicología y Educación: Una relación necesaria*, Ed. Félix Valera, La Habana.
- KAPLÚN, G. (2001): «El currículum oculto de las tecnologías. De la radio al Internet», en *Comunicación, educación y cambios*, Editorial Caminos, La Habana, pp. 76-92.
- KAPLÚN, M. (1983): *Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos*, Ediciones UNESCO, Nuevo México.
- KAPLÚN, M. (1984): *Comunicación entre grupos. El método del Cassette-Foro*, Centro Internacional de investigación para el desarrollo del CIID, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Nuevo México.
- KAPLÚN, M. (1987): *El aporte de la comunicación a una educación democratizadora*, CELADEC, Caracas.

- KAPLÚN, M. (1993): «Del educando oyente al educando hablante. Perspectivas de la comunicación educativa en tiempos de eclipse», *Revista Diálogos de la Comunicación*, n.º 37, septiembre, Nuevo México, pp. 23-33.
- KARAM, T. (2005): «Una introducción al estudio de la epistemología de la comunicación desde la obra de Manuel Martín Serrano», <<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/24/karam.htm>> (2018-04-23).
- KULIKOV, V. K. (1979): *Introducción a la psicología social marxista*, Editorial Pueblo y Educación, La Habana.
- LABRADOR, F. J. (1980): *Susceptibilidad de la sugestión en función de los factores de personalidad*, Editorial Estudios de Psicología, La Habana.
- LAURETTI, P.; E. VILLALOBOS y J. GONZÁLEZ (2007): «Una Experiencia para el Desarrollo del Docente en Ejercicio», *Programa de Motivación en el Aula*, vol. 5, n.º 1, Madrid, pp. 4-9.
- LEAL, J. J. (2014): «Aprendizaje transformacional en la configuración de la Universidad del siglo XIX», *Revista Universidad Contemporánea*, vol. 7, n.º 12, Caracas, pp. 2-11.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, L. (2013): «Tècniques de relaxacion vivencial aplicades a l'aula: Barcelona», <<http://www.xtec.cat/sgfp/llicencies/200203/memories/llopez.pdf>> (2017-02-12).
- LOZÁNOV, G. (1978): *Suggestology and Outlines of Suggestopedy*, Editora Gordon and Breach, New York.
- MARTÍNEZ, B. P. (2005): *Persuasión, Sugestión e Hipnotismo. Formas de conocer y dominar su poder*, Laverde, Santiago de Compostela.
- MATURANA, V. F. (1980): *La sugestopedia: una práctica rica, una teoría poco original*, Editora Editorial Perspectivas, Bulgaria.
- ORTIZ TORRES, E. (2017): «Los fenómenos psicológicos no investigados en la comunicación educativa», *Pensando Psicología*, vol. 13, n.º 21, <<http://dx.doi.org/10.16925/pe.v13i21.1715>> (2018-05-03).
- ORTIZ, A. (2009): *Neurociencia y Educación*, Alianza, Madrid.
- ORTIZ, E. y V. GONZÁLEZ (2012): *La comunicación educativa y los medios de enseñanza en la universalización*, Editorial Mar Abierto, Manabí.

- PARK, C., N. PETERSON y J. K. SUN (2013): «Positive Psychology, Research and Practice», *Revista Terapia Psicológica*, vol. 31, n.º 1, pp. 11-19, <<http://www.scielo.cl/pdf/terpsicol/v31n1/art02.pdf>> (2018-12-23).
- PLATONOV, K. (1975): *La palabra como factor fisiológico y terapéutico*, Ediciones en Lengua extranjera, Moscú.
- PREDVECHNI G. P. y Y. A. SHERKOVIN (1981): *Psicología Social*, Editorial de libros para la educación, La Habana.
- PRIETO, D. (1998): «Comunicación educativa en el contexto latinoamericano», *Intervención Psicosocial*, vol. 3, n.º 3, Montevideo, pp. 329-345.
- Rodríguez, E. (1989): «Comunicación Pedagógica», *Revista Tecnología y Comunicación Educativas*, n.º 4, octubre, México, pp. 9-15.
- SAN MARTÍN, C. D (2014): «Teoría fundamentada y Atlas.ti: Recursos metodológicos para la investigación educativa», <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15530561008>> (2019-03-23).
- SHERKOVIN, A. Y. (1982): *Problemas psicológicos de los procesos masivos de información*, Editora Política, La Habana.
- STOKVIS, B. y M. PFLANZ (2008): *Suggestion*, Ed. Ciencias Aplicadas, Leningrado.
- TORRES, P. (2016): «Retos de la investigación educativa cubana actual. Aportes a su tratamiento», tesis de doctorado en Ciencias, Universidad en Ciencias Pedagógicas «Enrique José Varona», La Habana.
- ZOHRA, F. (2014): «La sugestopedia: teoría y casos de aplicación», <http://cvc.cervantes.es:Ahttp://cvc.cervantes.es/Ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/oran_2013/06_yzidi.pdf> (2015-11-15).