

PSICOLOGÍA Y ÉTICA EN FUNCIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE*

Dr. Jesús Dueñas Becerra**

** Profesor-asesor y periodista. Hospital Psiquiátrico de La Habana.

RESUMEN

En este artículo, se definen los conceptos de Psicología y Ética desde una óptica eminentemente humanista. Por último, estos conceptos son aplicados a la atención al cliente en nuestras instituciones hoteleras, con vistas a optimizar la relación trabajador turístico-cliente.

Palabras "clave": Psicología, Psicología Humanista, Ética, Relaciones interpersonales.

ABSTRACT

In this article, the concepts of Psychology and Ethics are defined from an essentially humanist optics. Lastly, these concepts are applied to the assistance to the client in our hotel facilities in order to optimise the relationship tourism worker-client.

Keywords: Psychology, Humanist Psychology, Ethics, Interpersonal relationships.

"El carácter es aquello que revela la finalidad moral, lo que pone de manifiesto la clase de cosas que una persona prefiere o evita".

Aristóteles.

No es posible, en modo alguno, vincular la Psicología y la Ética a la atención al cliente en nuestras instituciones hoteleras, sin antes hacer la caracterización conceptual de estas disciplinas científico-humanistas.

La *Psicología* es la ciencia que estudia las leyes, categorías y principios sobre los cuales se estructura la vida psíquica y espiritual de la persona humana (García, 1999). Según la *Enciclopedia Encarta* (versión electrónica de 1999), la *Ética*, cuya raíz etimológica procede del griego *ethika*, es la disciplina filosófica que tiene por objeto el estudio de los juicios de valor cuando se aplican a la distinción entre el *bien* y el *mal*. La *Ética*, como rama de la Filosofía, se define como una *ciencia normativa*, porque se ocupa de las normas morales (no moralizantes), que regulan la conducta humana.

Para Emma Godoy, la *Ética* no es otra cosa que *"encontrarle sentido a la vida y hacer de ella una gran obra maestra"* (Leca, 1999), porque la *Ética* es, en síntesis, una *actitud ante la vida*; actitud que en tanto mediatiza el comportamiento del hombre, está implícita en todas y cada una de sus decisiones libres y soberanas (Dueñas, 2001).

De acuerdo con esta línea de pensamiento, García (1998) estima que *"el propósito de la ética como ciencia es descubrir la validez o invalidez de las orientaciones morales... (estructuradas sobre la base de) consideraciones precientíficas, el poder o la intransigencia, para ponerlas... (al servicio) de la autonomía, la objetividad, la criticidad..."*

Ahora bien, para comprender qué se quiere decir con la palabra *ética*, hay que distinguir y delimitar bien los siguientes conceptos:

- **Ser.** La verdad, la bondad y la belleza son atributos del ser, de todo ser, pues lo absolutamente falso sería aquello que careciera de todo ser, la nada, y sería absolutamente feo lo inexistente, el no ser. Aceptemos, pues, que si algo existe es verdadero, bueno y bello. Como ser, por el hecho de ser, en su esencia misma, toda persona humana es verdadera, buena y bella. Estas disquisiciones filosóficas son, no obstante su carácter abstracto, muy útiles a la hora de pensar sobre nosotros mismos y sobre las demás cosas. Así, todo lo que existe, necesariamente, es bello, bueno y verdadero, en

* Conferencia impartida en el Seminario sobre Atención al Cliente, celebrado en marzo del 2002, en el hotel "Neptuno-Tritón", La Habana, Cuba.

tanto existe. Si algo existiera sólo en parte, sería bueno, bello y verdadero, en aquella parte en que existe; y feo, malo y falso en el aspecto en que no existe. De ahí, se deriva el primer concepto ético: *bueno*. Bueno es lo que existe, sea cual sea su forma de existencia (García, 1998).

- **Obrar.** De acuerdo con los filósofos, todo agente obra conforme con su ser, y no puede ser de otra forma. El ser humano obra según su modo de ser, y el *modo humano de ser es sumamente complejo*, porque implica su *ser biológico* (animal incluido) y su *ser espiritual* (la dimensión más importante de la persona humana), además de su *inteligencia* y *voluntad*. Por ende, nunca será fácil lograr el equilibrio y la armonía entre los componentes biológicos, psicológicos, sociales y espirituales sobre los cuales descansa la dimensión humana del *homo sapiens*. Sin embargo, Cintio Vitier (2001), Premio Nacional de Literatura, advierte que “*en toda... (la) obra (literaria y periodística del Apóstol)... hallamos esa continua referencia, explícita o tácita, a un momento superior y sintetizador todavía no alcanzado por la historia humana..., en que las necesidades del cuerpo y las necesidades del alma, los valores de la razón y los valores de la esperanza, se compensen, articulen y equilibren*”. Por otra parte, el ser humano es su misma compleja realidad, la cual conoce, y mediante ese conocimiento, obra, actúa. Hay actividades, acciones o actos humanos, que para su realización concreta requieren la intervención del conocimiento y la voluntad. He ahí, el segundo concepto ético: *acto humano*, es decir, aquél que se hace con conocimiento y voluntad, o sea, el *acto libre y responsable* (Dueñas, 1998; García, 1998).
- **Relación.** La relación entre los seres es una realidad fundamental en el universo, donde todas las cosas están íntima y estrechamente relacionadas entre sí. Por ejemplo, la tierra depende del sol para su existencia, el sol de la galaxia y ésta, finalmente, de todo el universo. Y en el planeta que habitamos, cada cosa necesita y se dirige hacia otra. Esta relación se denomina *relación trascendente*. Y así llegamos al tercer concepto ético: *relación trascendente*, la cual se da entre un ser necesitado y otro que satisface esa necesidad. Por lo tanto, se supone que es bueno para un ser lo que satisface su necesidad, lo que lo perfecciona, mientras que lo que lo destruye o aniquila es malo (Dueñas, 1996; García, 1998).

Con apoyo en estos indicadores teórico-metodológicos, es posible formular la primera cuestión ética; ¿existen actos humanos buenos y malos? Y en consecuencia, la primera propuesta ética: un acto humano es bueno cuando su relación trascendente es correcta. En el contexto de las

relaciones humanas, una relación trascendente es correcta cuando facilita el crecimiento multidimensional de la persona, o sea, cuando se le ayuda a descubrir por sí misma, que su esencia íntima es buena y sana, no obstante todo lo que pueda argumentarse en contra de esta verdad antropológica (García, 1995). Y es incorrecta cuando destruimos física, psicológica, moral o espiritualmente al *otro* o *no yo*. De ahí, se desprende un enunciado ético: **la vida** (no sólo la humana, sino también la del resto de los seres vivos) **debe ser cuidada y protegida** (García, 1998).

Por otra parte, habría que definir dos conceptos básicos, utilizados no sólo en el campo de la Ética, sino también en el de la ciencia psicológica: *lo objetivo* y *lo subjetivo*. Lo objetivo no es más que la situación de las cosas en sí mismas, sin relación con la conciencia. Con otras palabras, es lo que existe independientemente de la voluntad del hombre, mientras que lo subjetivo sí implica, necesariamente, la conciencia humana, o lo que es lo mismo, sí depende de la actividad volitiva de la persona (García, 1998).

Por último, el ser, la verdad, el bien y la belleza se identifican, se presuponen. Si se busca la razón de por qué el hombre busca el bien, la verdad y el ser, y no la nada, el mal y la mentira, quizás se pueda responder, que la razón de que se busque el bien, la verdad y el ser, es la belleza que hay precisamente en el ser, en la verdad y en el bien. Al respecto, José Martí, cubano inmenso, que al decir del doctor Eusebio Leal, Historiador de la Ciudad, escribió de cuanto tocó su sensibilidad, ilustra esta formulación ética con una de sus frases geniales: “*se es bueno, porque sí, porque allá dentro se siente como un gusto cuando se ha hecho un bien o se ha dicho algo útil a los demás*” (Arteaga, 1994). Esa belleza mueve al ser humano y lo atrae hacia sí misma. Se desea lo bello por su luz, por sí mismo, y entonces no puede desearse lo feo, que es malo, falso y vacío, porque, precisamente, repugna por ser todo eso y mucho más (García, 1998).

Desde otra perspectiva mucho más vinculada al tema que nos ocupa, la Ética y la Psicología tienen un común denominador: estudian el comportamiento de la persona humana en su contexto existencial. Por otro lado, si el objeto de estudio de estas dos ramas del conocimiento humano es el hombre, sería oportuno preguntar aquí y ahora: ¿cómo deben percibir al cliente los profesionales, técnicos y demás trabajadores de la industria turística?

Con base en estos presupuestos éticos, filosóficos y psicológicos, los profesionales, técnicos y demás trabajadores de nuestras instalaciones hoteleras deben percibir al cliente como un ser inacabado e inacabable, imperfecto pero perfectible, que integra en una unidad viviente todas sus dimensiones humanas: biológicas, psicológicas, sociales y espirituales (Dueñas, 2002); como una persona libre y responsable de sus actos (Dueñas, 1998), que vale no por lo que tiene, sabe o sirve, sino por *lo que*

es: un ser humano único, especial, irreplicable, encantador, que por ser todo eso y mucho más, merece amor y respeto a su inviolable *dignitatis humanae*, porque la persona no cabe en un concepto, en una imagen, o en una valoración, por genial que ésta sea, pues supera, sintetiza y trasciende todo lo que de ella puede decirse o pensarse, por el solo hecho de que es un *ser en continuo proceso de crecimiento humano y espiritual*.

Si se percibe al cliente desde esta óptica eminentemente humanista, no queda otra alternativa que racionalizar, interiorizar e incorporar a nuestra conducta ética y profesional, que la persona a quien se le va a ofertar un servicio es *buena y sana*; que es un *acto humano libre*, porque se hace con amor, conocimiento y voluntad; y que es una *relación humana trascendente*, en tanto implica la satisfacción de una necesidad experimentada por el cliente; necesidad que debe ser satisfecha sobre la

base de un *ideal de belleza*, entendida esta como todo aquello que exalta o dignifica la condición humana de la persona.

Si los profesionales, técnicos y trabajadores de la industria turística son, obran y se relacionan con el cliente desde esta dimensión ética, no cabe duda alguna de que no sólo están *actuando correctamente*, sino también están *protegiendo al cliente*, y en consecuencia, *están cuidando su dignidad humana*, el tesoro más preciado que tiene la persona, al margen de la época sociohistórica o el entorno geográfico-cultural, donde el hombre vive y crea.

Me agradecería finalizar con una frase poco conocida de Dulce María Loynaz, dama del verso y de la prosa: *"arte y ciencia tienen que aliarse en el magno esfuerzo para acudir el uno cuando la otra necesite auxilio. De modo que si la ciencia se fatiga, le prenda el arte sus alas invisibles; y si al arte se le derriten las alas, sea la ciencia quien se lo eche al hombro y siga andando"* (Goicochea, 1952).

REFERENCIAS

- Arteaga, F. (1994): **Frases geniales de José Martí**. Las Tunas: Editorial Sanlope Publicigraf, 11.
- Dueñas, J. (2002): Cambio de actitud y estructura sociocultural. **Vivarium**. 18, 45-9 (en prensa).
- Dueñas, J. (1996): El mal: ¿esencia o accidentalidad? **Ethos**. 1 (4), Pág 10-11.
- Dueñas, J. (1998): ¿Qué es la libertad y cómo se alcanza? Una opinión muy personal. **Ethos**. 3 (11), Pág. 8-9.
- Dueñas, J. (2002): VIH-SIDA: enfoque ético-humanista. **Bioética. Revista del Centro "Juan Pablo II"**. 3 (1), Pág. 11-12.
- García, P.M. (1998): **Ética**. Santo Domingo, R.D.: Universidad Católica de Santo Domingo, Pág. 1-2 (impresión ligera).
- García, P.M. (1995): **Para tener vida**. Santo Domingo, R.D.: Editorial de Espiritualidad del Caribe.
- García, P.M. (1999): **Psicología de la experiencia religiosa**. Santo Domingo, R.D.: Editorial de Espiritualidad del Caribe.
- Goicochea, C. (1952): **Diccionario de citas**. Barcelona: Editorial Labor, S.A., 95.
- Leca, C.L. de. (1999): La filosofía de la vida de Emma Godoy. **Antrophos**. 2, Pág. 23-43.
- Vitier, C. (2001): **La espiritualidad de José Martí**. La Habana: Ediciones *Vivarium*, 15 (impresión ligera).