

Ensinar para alcançar!

Unidade de conteúdo 2



SAY:
„BYE, POLARITY“



Co-funded by
the European Union

Índice

2	Polarização na comunicação	2
2.1	Introdução (construção de conhecimentos) – 10 min	2
2.2	Tu e Eu - Icebergues na Água (construção de conhecimentos) – 25 min	2
2.3	Quando os icebergues colidem (aplicação de conhecimentos) – 50 min	3
2.4	O meu EU privado e o meu EU público (Construção de conhecimentos) – 15 min	5
2.5	EU – público e privado (aplicação de conhecimentos) – 50 min	6
2.6	A Praça de Notícias ou Quadrado da Mensagem (construção de conhecimentos) – 50 min	7
2.7	4 Orelhas, 4 Bicos (aplicação de conhecimentos) – 50 min.....	9
2.8	O Quadrado da mensagem e a polarização (aplicação de conhecimentos) – 75 min	10
2.9	Linguagem corporal (construção de conhecimentos) - 50 min	11
2.10	Canais de comunicação e polarização (aplicação de conhecimentos) – 50 min	13
2.11	Dinâmicas de grupo (construção de conhecimentos) – 30 min	14
2.12	Dinâmicas de grupo e polarização (aplicação de conhecimentos) – 70 min.....	16
2.13	Comunicação não-violenta (construção de conhecimentos) – 50 min	16
2.14	Comunicação não-violenta (assegurar conhecimentos) – 25 min	18
	Bibliografia	19

2 Polarização na comunicação

2.1 Introdução (construção de conhecimentos) – 10 min

O que significa „polarização“?

O nosso mundo é um lugar diverso. As pessoas têm ideias, necessidades e desejos diferentes, perseguem objetivos diferentes e veem significado em coisas diferentes. Têm ideias diferentes sobre o bem e o mal, não tiveram todas a mesma educação e formação, não cresceram nas mesmas circunstâncias e tiveram experiências muito diversas nas suas vidas.

Toda esta diversidade pode ser um grande enriquecimento se aprendermos a lidar com ela. Trata-se de uma grande tarefa, especialmente num mundo que está a mudar rapidamente e que está a ficar cada vez mais próximo através das tecnologias modernas. No entanto, se não aprendermos a fazê-lo, os diferentes modelos de vida podem também dar origem a múltiplos conflitos e disputas. O aparecimento destes conflitos é designado por polarização. Isto significa que se desenvolvem polos rígidos entre as pessoas, que, tal como os polos norte e sul da Terra, estão longe um do outro e podem até ser opostos um ao outro. A polarização pode ocorrer sempre que ideias, hábitos, circunstâncias, atitudes ou expectativas diferentes se chocam e não são mediadas umas com as outras. Se, para além disso, a polarização entre pessoas não for tratada, podem surgir muitas dificuldades: Ignorância, exclusão, discussões ou mesmo violência.

Reconhecer, abordar e superar a polarização é, portanto, parte da construção de um mundo pacífico, comunitário e respeitoso, no qual todas as pessoas podem encontrar o seu lugar, tanto em pequena como em grande escala.

O que é a "polarização na comunicação"?

A polarização ocorre de muitas maneiras nas nossas formas de comunicação. Seja em conversas interpessoais, em trocas através de meios digitais, em dinâmicas de grupo ou na linguagem corporal. Especialmente quando comunicamos, muitos aspetos influenciam-nos de forma inconsciente e geram certos sentimentos, impressões ou opiniões que podem levar a uma polarização mútua. Por isso, é importante ser capaz de refletir sobre o nível de comunicação para poder reconhecer, abordar e ultrapassar as polarizações que surgem numa fase inicial.

2.2 Tu e Eu - Icebergues na Água (construção de conhecimentos) – 25 min

Observa estas duas imagens de icebergues. Provavelmente já tiveste a experiência de julgar mal as pessoas, talvez as tenha encontrado com preconceito ou elas o tenham conhecido de uma forma completamente diferente da que esperava. Isto acontece porque temos dois níveis dentro de nós, dos quais apenas um é visível. Por isso, podemos rapidamente julgar mal os outros e sermos julgados por eles.



O chamado modelo do icebergue é um modelo simples que tenta representar estes dois níveis. Parte do princípio de que cada ser humano é como um icebergue a flutuar no oceano.

Relevância Prática

Agora formem pares ou pequenos grupos. Elaborem em conjunto as respostas às seguintes perguntas:

- Que exemplos podem encontrar das diferentes áreas do icebergue?
- Na vossa opinião, que papel desempenha a parte do icebergue acima da superfície da água para as pessoas e que papel desempenha a parte abaixo da superfície da água? Justifiquem as vossas opiniões.

Depois, comparem os vossos resultados em conjunto na aula.

2.3 Quando os icebergues colidem (aplicação de conhecimentos) – 50 min

O modelo do icebergue da comunicação indica que só reparamos numa pequena parte de uma pessoa logo quando a conhecemos. A maior parte está sob a superfície da água. Ao mesmo tempo, porém, representa uma parte muito maior daquilo que faz uma pessoa. Se não prestarmos atenção a esta parte, isso pode levar a preconceitos, julgamentos errados, mal-entendidos e, por fim, à polarização entre as pessoas.

Importante

A parte visível do icebergue também se chama a parte de mim que mostro *explicitamente*. A parte invisível é designada por *implícita* (ou seja, *não explícita*). A parte *implícita* não é, portanto, igualmente visível. Mas isso não significa que não exista ou que não tenha influência sobre nós.

Relevância Prática

Discutam com a turma de que forma o facto de todos nós termos uma parte explícita (visível) e uma parte implícita (invisível) sobre nós pode levar a uma polarização assim que as pessoas se conhecem. Como é que este facto pode levar a mal-entendidos, equívocos, preconceitos ou mesmo conflitos entre as pessoas?

Pensem em pelo menos 3 situações concretas por pessoa e partilhem-nas com a turma.

Agora, vamos também abordar as possíveis soluções para este problema.

Relevância Prática

Imagina o seguinte: Estás de pé na parte visível do teu icebergue e olhas para baixo através da superfície da água. Primeiro, responde às seguintes perguntas:

- Quais das áreas acima referidas vês abaixo da superfície da água?
- Quais são as áreas que já trataste mais de perto e quais são as que não trataste ou quase não trataste? - O que é que podes dizer sobre elas?
- Que conclusões podes tirar sobre o teu conhecimento de ti próprio? Tens a sensação de que já conheces e compreendes bem as partes visíveis e invisíveis do teu icebergue?

Depois, discutam as vossas ideias na aula.

Após o debate, imaginamos que um segundo icebergue está à deriva no oceano: outra pessoa encontra-se connosco. Também ele tenta ver-se através da superfície da água.

Passemos agora também a possíveis soluções para este problema.

Relevância Prática

Os vossos dois icebergues aproximam-se cada vez mais um do outro. Ficam à distância de um grito, talvez até suficientemente perto para atirarem uma corda um ao outro. Por outras palavras, começam a comunicar um com o outro.

- Como é que podem conhecer melhor o icebergue um do outro?
- O que é que devem ter em conta quando comunicam?
- Que efeitos podem ter se compreenderem melhor o vosso icebergue e o da outra pessoa?

Discutam estas questões em conjunto na aula. No final, tentem descobrir como poderia ser a comunicação entre os dois icebergues para evitar a polarização desde o início.

Relevância Prática

O modelo do icebergue é, obviamente, apenas uma metáfora. Durante o debate, aplica-o a situações de polarização com que te tenhas deparado na vida quotidiana e pergunta-te como poderias ter comunicado para evitar a polarização e reforçar a coesão.

2.4 *O meu EU privado e o meu EU público (Construção de conhecimentos) – 15 min*

O modelo do icebergue da comunicação mostra-nos que cada ser humano combina níveis visíveis e invisíveis e, por isso, nunca podemos simplesmente assumir que o que vemos numa pessoa é tudo o que ela tem. A maior parte é invisível e influencia-nos de muitas formas.

Se, portanto, reduzirmos uma pessoa apenas à parte que é visível ou diretamente reconhecível para nós, negligenciamos grandes partes da sua personalidade. Isto pode levar à polarização entre as pessoas através de vários passos intermédios, porque cria mal-entendidos, perceções erradas ou preconceitos.

Mas podemos aprender ainda mais com o modelo do icebergue. Distinguimos duas dimensões centrais da nossa comunicação, ambas com papéis muito diferentes para nós:

- a) a dimensão privada
- b) a dimensão pública

Público é tudo aquilo que podemos explicitamente (expressamente) determinar, perceber ou observar um sobre o outro. Ou vice-versa: público é tudo o que eu mostro aos outros ou revelo sobre mim.

Privado é tudo o que não podemos determinar, perceber ou observar diretamente ou apenas implicitamente uns sobre os outros. Ou vice-versa: privado é tudo o que eu não mostro ou revelo diretamente sobre mim aos outros.

Relevância Prática

Cada pessoa faz duas listas, uma ao lado da outra. Que temas consideraria pessoalmente como sendo públicos e quais consideraria como sendo privados?

2.5 EU – público e privado (aplicação de conhecimentos) – 50 min

Agora peguem no telemóvel ou caneta e papel, dependendo do que estiver disponível ou do que preferirem para trabalhar. Depois, retirem-se para um local sossegado, de preferência sem ninguém por perto. De seguida, dediquem-se à seguinte tarefa:

Relevância Prática

Contem como foi a vossa última semana ou dia de aulas. Preparem duas narrativas:

a) Contem a semana ou o dia do ponto de vista da sua dimensão pública. O que é que mostraram aos outros? Como e sobre o quê que comunicaram com eles? Que temas surgiram entre vocês? Que eventos destacaram em particular?

b) Contem a semana ou o dia na perspetiva da sua dimensão privada. O que é que não mostraram aos outros? Como se sentiram e que pensamentos guardaram para vocês? O que é que gostariam de ter dito, mas não o fizeram ou não se atreveram a fazê-lo?

Cada uma das duas narrativas pode ser feita sob a forma de uma gravação áudio ou vídeo (min. 3 minutos por gravação) ou escrita sob a forma de texto (min. três quartos de uma página).

Na etapa seguinte, comparem as duas gravações ou textos e destaquem as semelhanças e diferenças entre as dimensões privada e pública.

Depois, voltam a juntar-se na turma. Agora todos podem relatar as suas observações.

Nota: ninguém tem de dar pormenores sobre as suas gravações ou textos, mas todos podem.

É importante que digam, de uma forma geral, quais as observações que fizeram sobre as semelhanças e diferenças das vossas duas narrativas.

E agora passemos ao tema da polarização.

Relevância Prática

Em conjunto, identifiquem as diferenças entre comunicação pública e privada. Em que comunidades, online e offline, é que estas diferenças se fazem sentir, para além da escola (por exemplo, família, círculos de amigos, grupos do Facebook, ...).

Depois, perguntem-se em conjunto como é que isto pode levar à polarização, porque revelo certas informações sobre mim e escondo outras?

Em seguida, reflitam sobre a forma de evitar ou reduzir a polarização, uma vez que a comunicação tem sempre uma dimensão privada e uma dimensão pública que não coincidem.

Registem as vossas conclusões em conjunto. (Imaginem uma situação em que um dos vossos colegas está de mau humor ou mesmo agressivo durante todo o dia devido a um incidente stressante na família. Surgem conflitos entre vocês - como é que esses conflitos poderiam ser evitados se se lidasse de forma mais sensata com as dimensões privada e pública da comunicação, sem obrigar o aluno a contar tudo em privado?)

2.6 A Praça de Notícias ou Quadrado da Mensagem (construção de conhecimentos) – 50 min

Sabiam que podem comunicar de muitas mais formas do que apenas em público ou em privado? Com o tempo, a comunicação torna-se muito complicada. Muitas vezes não sabemos com que ouvido devemos ouvir ou com que objetivo estamos a comunicar algo. Foi por isso que Friedemann Schulz von Thun se questionou se este complexo emaranhado poderia ser um pouco mais claro.

O resultado chama-se: *Praça de Notícias ou Quadrado da Mensagem*.

Para compreender este modelo, vejamos um breve exemplo:



Agora imaginem que são os passageiros deste carro. Está num sinal vermelho e não têm autorização para conduzir. Entretanto, estão a conversar animadamente e o semáforo fica verde. Um de vocês vê isto primeiro e diz: "Está verde."

Relevância Prática

Na aula, experimentem diferentes formas de dizer a frase "Está verde" nesta situação.

Sublinhem-na de diferentes formas, coloquem-lhe diferentes estados de espírito e sentimentos, digam-na mais devagar, mais depressa, com pausas e tudo o mais que se lembrarem.

Reúnam as vossas impressões sobre quantas afirmações diferentes podem colocar na mesma frase e pensem em como o condutor do carro em que estão sentados poderá reagir a todas elas.

Se tiverem tempo, podem também representar algumas destas situações em episódios curtos, em pares, e pedir a outros que as interpretem.

A *Praça de Notícias* ou o *Quadrado da Mensagem* tenta reunir estas diferentes formas de comunicação num modelo simples e facilmente compreensível. Com este modelo, muitos dos nossos processos de comunicação podem ser interpretados e compreendidos. No caso da polarização, isto é particularmente importante na medida em que podemos compreender melhor como podem ocorrer mal-entendidos e conceções erróneas que podem eventualmente conduzir a conflitos.

O modelo básico da *Praça de Notícias* ou do *Quadrado da Mensagem* é o seguinte:

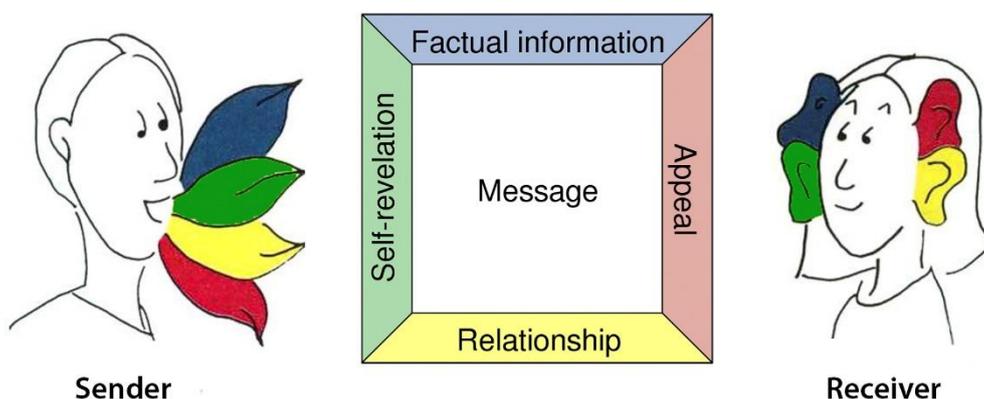


Figure 1: four-sides model

Source: <https://4eyes-model.com/>

Assim, tem 4 bicos se for um emissor e 4 orelhas se for um recetor.

Relevância Prática

Agora, em equipas de dois, tentem interpretar este gráfico e escrevam o maior número possível de pensamentos.

Façam a vocês mesmos as seguintes perguntas: Como é que as cores estão ligadas entre si? O que é que as partes individuais do quadrado podem significar em termos de comunicação?

Se não conhecerem determinados termos do gráfico, podem também pesquisá-los.

No segundo passo, apliquem as vossas interpretações à situação no carro com "É verde".

Lembrem-se novamente das muitas formas diferentes de dizer e significar a mesma frase. Agora tentem interpretá-las em conjunto com o quadrado da mensagem.

Se tiverem dificuldades, discutam a questão na aula. Quando terminarem, comparem os vossos resultados.

2.7 4 Orelhas, 4 Bicos (aplicação de conhecimentos) – 50 min

Praça de Notícias ou Quadrado da Mensagem inclui 4 perspetivas centrais que ocorrem entre emissores e recetores. Assim, enviamos com 4 bicos e recebemos com 4 ouvidos. Estas 4 perspetivas contidas em cada mensagem são designadas por:

- a) Perspetiva factual: A perspetiva factual significa que é sempre trocado um conteúdo factual informativo entre os comunicadores. No caso da afirmação "Está verde." em frente a um semáforo, isto significa que o semáforo está verde. Esta informação pode ser enviada com o bico e recebida com o ouvido.
- b) Perspetiva relacional: Entre o emissor e o recetor, cada comunicação reflete também uma relação. Talvez a frase "É verde." exprima a relação que um instrutor de condução estabelece com um aprendiz de condutor para que este arranque agora - trata-se, portanto, de uma relação de ensino. Ou pode estar a decorrer uma discussão entre as duas pessoas no veículo e a frase "É verde." destina-se a pôr termo à discussão, porque interrompe o conflito, ou a estimulá-la ainda mais, porque tem um efeito de ensino.
- c) Perspetiva de recurso: Um recurso é um pedido. A nossa comunicação inclui sempre um pedido para que algo seja feito ou não seja feito. Muitas vezes, isto não é tão claro. A afirmação "É verde." pode, dependendo da situação e da relação, significar, por exemplo, "Arranca!" ou "Concentra-te!". Se um apelo e qual apelo é recebido depende especialmente do destinatário. Mas é claro que a forma como a mensagem é enviada também é crucial.
- d) Perspetiva de autorrevelação: Finalmente, toda a comunicação envolve uma chamada autorrevelação. Isto significa que mostramos sempre (= revelamos) algo de nós próprios quando comunicamos. Isto também pode acontecer de uma forma muito oculta ou incompreensível, mas está sempre presente e podemos interpretar cada comunicação em termos da autorrevelação que contém.

No nosso exemplo "É verde." a autorrevelação pode ser, por exemplo, que o emissor quer indicar "Estou com pressa." ou "Acho que tenho de o ajudar." A autorrevelação depende essencialmente da pessoa que envia, mas é naturalmente influenciada pelo comportamento do recetor.

O Quadrado da Mensagem ensina-nos que emissores e recetores estão sempre numa relação muito complicada entre si. Esta relação nem sempre se manifesta da mesma forma, mas é possível utilizar o Quadrado da Mensagem para descobrir os 4 lados de uma mensagem.

Relevância Prática

Hora de atuar! Agora formem pares ou pequenos grupos. Desenvolvam individualmente pequenas cenas de comunicação em que ocorram as 4 perspetivas de uma mensagem e depois representem essas cenas na turma. Os outros têm de descobrir as 4 perspetivas. (Se não se sentir confortável no papel de ator, pode também escrever as cenas de comunicação e lê-las para a turma).

Depois, discutam as vossas descobertas e o que descobriram sobre a complexa relação entre o emissor e o recetor. Escrevam-nas em conjunto.

2.8 O Quadrado da mensagem e a polarização (aplicação de conhecimentos) – 75 min

Grande parte da polarização começa com uma comunicação mal compreendida ou deliberadamente danificada. É por isso que é sempre importante estar atento à forma como comunicamos. O quadrado da mensagem pode ajudar-nos a reconhecer a polarização e a reduzi-la quando já está a acontecer.

Acima de tudo, o quadrado da mensagem ensina-nos a facilidade com que os mal-entendidos podem conduzir a conflitos e, depois, a uma verdadeira polarização, se ficarem repetidamente por dizer. A frase "É verde." pode, por si só, levar a um breve mal-entendido ou, no máximo, a uma breve discussão, se for proferida uma vez. No entanto, se tais situações de comunicação ocorrerem repetidamente e as pessoas já estiverem numa situação de tensão entre si, os pequenos conflitos acabarão por se transformar em polaridades difíceis de reduzir.

Relevância Prática

Primeiro, discutam a seguinte questão com a pessoa sentada ao vosso lado e registem os vossos resultados: como é que as partes individuais do quadrado da mensagem nos podem ajudar a reconhecer e a prevenir a polarização numa fase inicial?

Depois, discutam brevemente as vossas conclusões na aula.

Talvez se tenham apercebido de que o quadrado da mensagem é uma forma particularmente boa de compreender que a polarização pode desenvolver-se quando diferentes bicos e ouvidos se encontram.

Por exemplo: "Tu sabes mesmo a resposta para tudo". - Esta afirmação pode ser entendida como uma declaração factual sobre uma pessoa que sabe muito. No entanto, se não for ouvida com o ouvido factual, mas com o ouvido de apelo, então pode ser ouvido um convite por detrás dela. Se porventura for entendida como uma autorrevelação, a pessoa que a profere pode querer dizer algo mais sobre si própria do que sobre o destinatário.

Relevância Prática

Vejam o exemplo "Tu sabes mesmo a resposta para tudo". E combinem os diferentes ouvidos e bicos. Perguntem-se como é que isto pode levar a mal-entendidos e até a conflitos e polarizações entre as pessoas. Façam-no primeiro sozinhos e depois discutam-no na aula.

Nem sempre é fácil avaliar esses mal-entendidos entre bicos e orelhas logo à partida ou ser capaz de os reduzir depois.

Relevância Prática

Agora, juntem-se em pares ou grupos e escrevam ou contem a história de duas pessoas que, devido a um constante mal-entendido entre duas ou mais pessoas, entram primeiro em conflito, depois em conflito constante e, finalmente, em polaridade uma com a outra.

Apresentem esta história à turma (podem contá-la ou mesmo representá-la) e depois reflitam sobre a forma como esta polarização poderia ter sido evitada no início ou, pelo menos, reduzida posteriormente, utilizando o quadrado da mensagem para análise.

2.9 Linguagem corporal (construção de conhecimentos) - 50 min

A comunicação não se faz apenas através da linguagem. Nos encontros interpessoais, é também uma questão de movimentos, gestos, expressões faciais ou tom de voz. Tudo isto pode ser referido num só termo sob o título "linguagem corporal" ou, mais genericamente, como "comunicação não verbal".

Importante

A linguagem corporal é um fator central na comunicação humana. Se não a tivermos disponível, o conteúdo essencial desaparece. Questionem-se se faz diferença terminar uma relação amorosa na presença física e cara a cara ou apenas através de uma mensagem de chat que não tem nem tom de voz, nem corpo.

Relevância Prática

Questionem-se durante dois minutos sobre as formas e situações em que a linguagem corporal desempenhou ou pode vir a desempenhar um papel importante na vossa vida. Depois comparem na aula.

Agora um pouco de teoria! Distinguimos três tipos diferentes de gestos na nossa linguagem corporal. É claro que nem todas as comunicações em linguagem corporal se enquadram perfeitamente nestas três categorias, mas elas fornecem uma boa base para uma abordagem. Distinguimos:

- a) **Ilustradores:** Os ilustradores são gestos que usamos para apoiar o que dizemos verbalmente. Por exemplo, muitas pessoas falam "com as mãos", outras são mais reservadas com o seu corpo. Tentem sempre descobrir em que medida alguém utiliza o seu corpo quando comunica. Nem todos o fazem da mesma forma.
- b) **Reguladores:** Os reguladores são gestos que não têm de ser acompanhados por uma comunicação verbal. Servem para enquadrar ou regular a situação de comunicação ou para indicar limites. Pode ser, por exemplo, levantar a mão para acalmar a situação ou olhar espontaneamente para baixo para expressar embaraço.
- c) **Emblemas:** Os emblemas são gestos que têm um significado fixo e comunicam um conteúdo fixo. No entanto, estes gestos podem assumir significados diferentes consoante a cultura, a região ou o contexto e não têm de exprimir a mesma coisa em todo o lado ou em todas as situações. Por exemplo, neste mundo há zonas onde um aceno de cabeça é o símbolo de "sim", enquanto noutras zonas é o símbolo de "não".

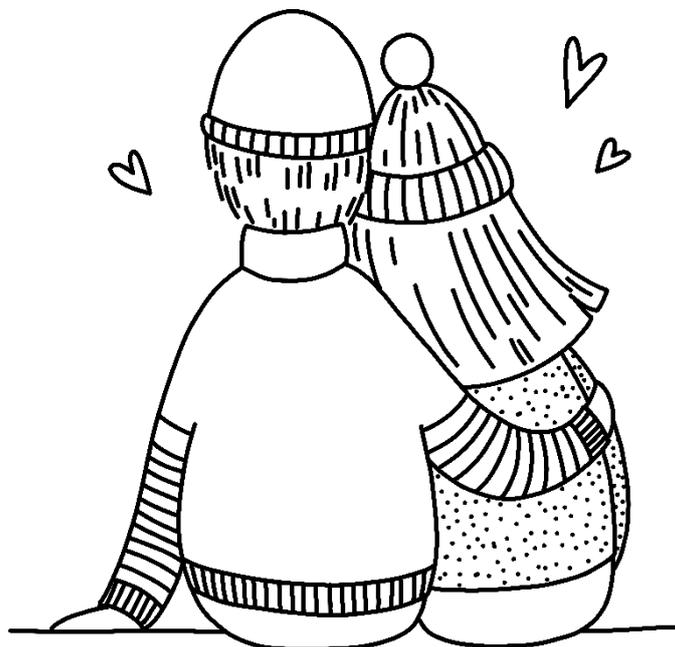
Relevância Prática

Agora tentem comunicar com um parceiro utilizando apenas reguladores e emblemas e analisem: o que é bom para comunicar, e o que não é?

Depois, adicionem linguagem verbal e ilustradores e observem como a comunicação muda. Seguidamente, falem sobre isso na aula.

Certamente já repararam que alguns conteúdos podem ser bem comunicados apenas com o corpo. Mas agora imaginem que deixam o corpo de fora da comunicação. Pensem em chamadas telefónicas, mensagens de texto, comentários na Internet, etc. Podem discutir este assunto na aula.

2.10 Canais de comunicação e polarização (aplicação de conhecimentos) – 50 min



Agora lembrem-se da história de Romeu e Julieta. Se não a conhecerem, peçam aos vossos professores para contar. Depois imaginem o seguinte: Romeu e Julieta não morreram no final, mas sobreviveram e começaram uma relação. No entanto, passados alguns anos, descobrem que não são tão bons juntos como pensavam inicialmente. Por isso, querem separar-se um do outro.

Relevância Prática

Agora assumam o papel de Romeu ou Julieta. Querem acabar com a relação. Pensem nos diferentes meios em que isso pode acontecer e encenem a separação. Eis algumas possibilidades:

- um diálogo
- uma carta
- um chat
- uma mensagem de vídeo
- uma chamada telefónica
- através de um bom amigo
- ...

Depois, comparem os seus resultados e falem sobre a forma como a outra pessoa poderá reagir à separação (por exemplo, num diálogo ou numa mensagem de chat). Analisem em conjunto a forma como a escolha do meio afeta a comunicação.

Afinal, faz diferença terminar uma relação através de uma mensagem de chat ou numa conversa cara a cara mais longa. A falta de linguagem corporal, por exemplo, também desempenha um papel central.

Perguntem-se porque é que isto acontece.

Depois de recolherem os resultados e compararem os diferentes meios de comunicação, voltamos ao tema da polarização.

Relevância Prática

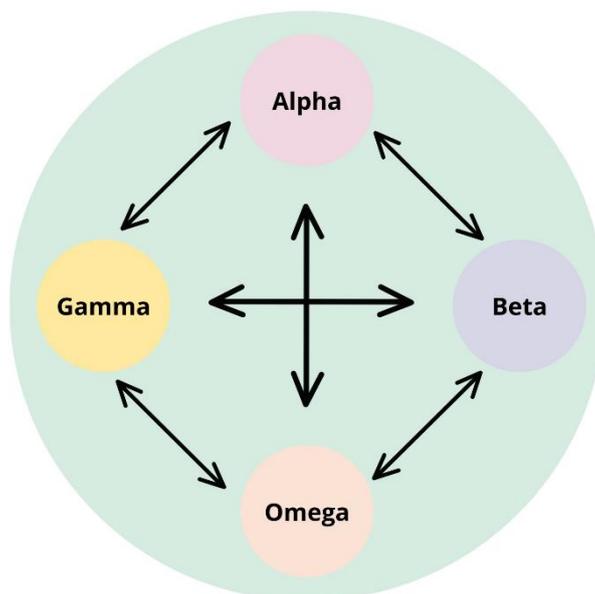
Agora discutam na turma como é que a escolha do meio pode influenciar a polarização. Como e em que situações pode um meio mal escolhido (por exemplo, uma mensagem de texto em vez de uma conversa cara a cara) levar a mal-entendidos, conflitos e até polaridades entre as pessoas.

Recolham exemplos na aula e discutam como podem ser reduzidos através da escolha de um meio de comunicação diferente.

Apliquem as vossas reflexões aos resultados de Romeu e Julieta.

2.11 Dinâmicas de grupo (construção de conhecimentos) – 30 min

As pessoas quase nunca vivem as suas vidas sozinhas. É claro que temos sempre de lidar com os outros. Por isso, também se pode dizer: as pessoas aparecem sempre em grupos. É por isso que a psicologia há muito que se debruça sobre a forma como esses grupos funcionam e quais as leis que seguem. Um dos modelos mais famosos foi estabelecido pelo psicólogo austríaco Raoul Schindler.



Talvez já tenham ouvido falar deste esquema de papéis de grupo. Para o compreender corretamente, alguns aspetos são muito importantes:

- Alfa, Beta, Gama e Ómega são papéis. Isto significa que qualquer pessoa num grupo pode assumir qualquer um destes papéis. Não são fixos.
- Pelo contrário, os papéis são mesmo constantemente reatribuídos no grupo.
- Não importa quantas pessoas pertencem a um grupo, cada papel pode ser assumido por uma pessoa ou por várias pessoas.

Segundo Schindler, um grupo que funciona bem integra todos estes papéis. Isto significa que não se trata de identificar inimigos ou possibilidades de opressão, mas de lidar sensatamente com a existência de cada papel.

Com este conhecimento prévio, podemos agora explicar os papéis individuais e a sua função para o bom funcionamento da dinâmica de grupo:

O Papel do Alfa

Quem assume a posição alfa num grupo faz com que o grupo seja criado em primeiro lugar. Os alfas estabelecem iniciativas através das suas ações e, em geral, definem a identidade e o objetivo do grupo. No entanto, não o fazem necessariamente através de um processo de discussão ou argumentação, mas sobretudo através das suas ações. Isto significa que as posições alfa são tomadas através de ações. Por conseguinte, os alfas não são necessariamente os membros mais ruidosos ou mais centrais do grupo. São eles que criam a direção e a estrutura do grupo através das suas ações.

O Papel Beta

A posição beta num grupo é ocupada por aquelas pessoas que, no decurso da predefinição dos alfas, se preocupam principalmente com a estabilização e o funcionamento do grupo. Discutem, argumentam, justificam e refletem, criticam e refutam - em suma, também verificam a qualidade das ações dos alfas. Por isso, pode acontecer que os betas também se tornem alfas ou reivindiquem essa posição. As posições dos betas são, portanto, assumidas através da argumentação, para estabilizar o grupo.

O papel de Gama

As pessoas que assumem o papel de gama num grupo servem principalmente a assertividade da dinâmica de grupo. São elas que orientam as suas próprias ações para os alfas e contribuem assim para o funcionamento do grupo, na medida em que, através da sua orientação para o alfa, tudo não tem de ser constantemente renegociado e acordado de novo. As posições dos gamas num grupo são, assim, tomadas por sucessão ou imitação em relação aos alfas. Embora os gamas sejam frequentemente seguidores, têm também a importante tarefa de tornar o grupo capaz de funcionar como um grupo.

O papel do Ómega

Os ómeegas ocupam uma posição oposta à dos alfas. Isto não significa que sejam inimigos do grupo. O papel de ómega é um papel tão importante para o funcionamento dos grupos como os outros papéis. Porque os ómeegas são aqueles que apresentam alternativas, projetos criativos ou outras sugestões sobre como o grupo se deve comportar em geral. São, portanto, aqueles que reivindicam o papel de alfa, mas não estão atualmente no papel de alfa. O papel ómega é ocupado pela resistência, que tem uma função igualmente central na dinâmica do grupo.

Relevância Prática

Na aula, procurem exemplos de situações da vida em que estas distribuições de papéis sejam reconhecíveis e reflitam sobre o seu significado para o grupo em questão.

Durante o processo, pensem em ideias iniciais sobre como uma dinâmica de grupo que funciona mal pode, em última análise, levar à polarização.

Recolham as vossas ideias.

2.12 Dinâmicas de grupo e polarização (aplicação de conhecimentos) – 70 min

Agora têm as ferramentas básicas para reconhecer a dinâmica da distribuição de papéis nos grupos e aplicá-las a diferentes grupos. Agora é a vossa vez.

Relevância Prática

Formem grupos de pelo menos 4 pessoas e recriem duas situações curtas, inventadas em conjunto. Uma das duas situações deve mostrar como o grupo pode resolver bem um problema integrando adequadamente os 4 papéis, a outra situação deve mostrar como uma solução de problema falha por não integrar bem um ou mais dos 4 papéis (normalmente são os Ómeegas que não são integrados, mas combatidos).

Depois, demonstrem as vossas situações na aula e deixem que os outros interpretem o que correu mal utilizando a dinâmica de Schindler. Recolham os resultados.

Em seguida, façam uma lista das razões e das causas pelas quais uma dinâmica de grupo que falha pode levar à polarização entre as pessoas. Eis dois exemplos:

a) Os Ómeegas são expulsos dos Alfas por apresentarem contrapropostas e são declarados inimigos do grupo.

b) Os Betas discutem incessantemente diferentes propostas no grupo, de tal forma que não são tomadas quaisquer decisões ou ações. No final, todos ficam insatisfeitos com esta situação.

Que outras razões podem levar à polarização, ou seja, à consolidação da oposição, através de conflitos no seio do grupo?

2.13 Comunicação não-violenta (construção de conhecimentos) – 50 min

Todos sabemos que as palavras ou os gestos podem, por vezes, infligir ferimentos maiores do que uma bofetada na cara. É por isso que é importante saber como surge a violência na comunicação e o que pode ser feito contra ela. Porque, para contrariar a polarização gradual nos processos de comunicação como um todo, é importante conhecer as bases da comunicação não violenta.

Antes de chegarmos a este ponto, uma pequena tarefa.

Relevância Prática

Quando a comunicação se torna violenta, ocorrem insultos, insinuações, acusações, generalizações, mentiras, manipulações, supressões e assim por diante. Também dizemos: a comunicação aumenta, ou seja, ultrapassa os limites.

Esta escalada não acontece de uma só vez, mas por fases. É por isso que falamos de fases de escalada da comunicação violenta.

Formem pares e escrevam as vossas ideias para as seguintes tarefas:

- Encontrem pelo menos 3 situações de comunicação diferentes em que a escalada ocorre por diferentes razões.
- Perguntem-se como é que, nos vossos exemplos, em diferentes fases, esta escalada pode levar à polarização entre os participantes, ou seja, ao ponto de se verem e tratarem uns aos outros como inimigos.
- Reflitam sobre os pontos em que se deveria ter comunicado de forma diferente para evitar a escalada.

Apresentem algumas das vossas ideias à turma.

O psicólogo Marshall Rosenberg desenvolveu um dos modelos mais influentes de comunicação não violenta. De acordo com Rosenberg, a escalada ocorre principalmente quando:

- a) não comunicamos as nossas necessidades de forma clara e compreensível numa situação por exemplo, se presumirmos que as outras pessoas sabem sempre o que precisamos no momento
- b) misturamos "observação" e "avaliação" no nosso comportamento de comunicação p. ex., se um comportamento observado nos incomoda, mas imediatamente atuamos com acusações
- c) misturamos os nossos sentimentos com as nossas interpretações da situação, por exemplo quando estamos frustrados e o expressamos de tal forma que culpamos imediatamente o comportamento das outras pessoas pelo que estamos a sentir.
- d) exprimimos as nossas necessidades com ameaças de castigo por exemplo, em frases como: se não fizeres isto ou aquilo, não falo mais contigo.

Rosenberg recomenda, portanto, que mantenhamos estas misturas separadas, contribuindo assim para a não violência na comunicação:

- a) A observação deve ser comunicada como uma observação com uma mensagem "eu" em vez de uma mensagem "tu", por exemplo: "Tenho a impressão de que..."; "Noto que...".
- b) As necessidades devem ser claramente comunicadas por exemplo, "Preciso de..."; "Preferia...".

- c) A interpretação do comportamento da outra pessoa deve ser evitada por enquanto e, em vez disso, devem ser comunicados os próprios sentimentos, por ex. "Sinto-me ..."; "Não me sinto bem com isto"; "De momento não posso".
- d) Os pedidos devem ser expressos como apelos e convites ao compromisso e não como ameaças veladas, por exemplo: "Vamos tentar desta forma..."; "Preciso da tua consideração neste momento...".

Relevância Prática

Voltem agora às situações de escalada que inventámos anteriormente. Em seguida, processem-nas com as recomendações de Rosenberg e pensem em como poderiam utilizar os quatro métodos de comunicação não violenta de forma significativa.

Depois, apresentem os vossos resultados à turma e discutam outras situações em conjunto.

2.14 Comunicação não-violenta (assegurar conhecimentos) – 25 min

Já se familiarizaram com alguns aspetos centrais de como a polarização e a divisão entre as pessoas podem ocorrer na comunicação.

Relevância Prática

Finalmente, formem pares e imaginem o seguinte: querem desenvolver um workshop para um grupo de pessoas para as ajudar a melhorar o seu comportamento de comunicação e evitar a polarização.

Criem um esboço para este workshop:

- Quanto tempo é que dura?
- Que etapas e exercícios inclui e porquê?
- Qual é exatamente o objetivo e como pretendem alcançá-lo?

Recolham os vossos esboços na aula para poderem consultar mais tarde.

Bibliografia

- Argyle, M.: Körpersprache & Kommunikation, Junfermann, 2013.
- Fischer, M.: Die neue Gewaltfreie Kommunikation: Empathie und Eigenverantwortung ohne Selbstzensur, BusinessVillage, 2020.
- Krauss, R. M., & Fussell, S. R. (1996). Social psychological models of interpersonal communication. In E. T. Higgins (Hrsg.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (S. 655–701). New York: Guilford.
- Luft J., Ingham, Harry: The Johari window, a graphic model of interpersonal awareness. In: *Proceedings of the western training laboratory in group development*, UCLA, 1955.
- Rosenberg, M.: *Gewaltfreie Kommunikation*, Junfermann, 2013.
- Schulz von Thun, F.: *Miteinander reden. Menschliche Kommunikation*, Huber, 2000.
- Sahyoun, K. et al.: Inclusivity Tool: Iceberg Tool, https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PBAAJ844.pdf
- Schindler, R.: *Das lebendige Gefüge der Gruppe*, Psychosozial Verlag, 2017.
- Zurmühle, Martin: Four-eyes Model. In: <https://4eyes-model.com/index.html> [27.07.2023].



www.byepolarity.eu



<https://www.facebook.com/bye-Polarity-103509115621549>



https://www.instagram.com/bye_polarity/



Co-funded by
the European Union

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

Projeto n. ° 2021-1-AT01-KA220-SCH-000032621