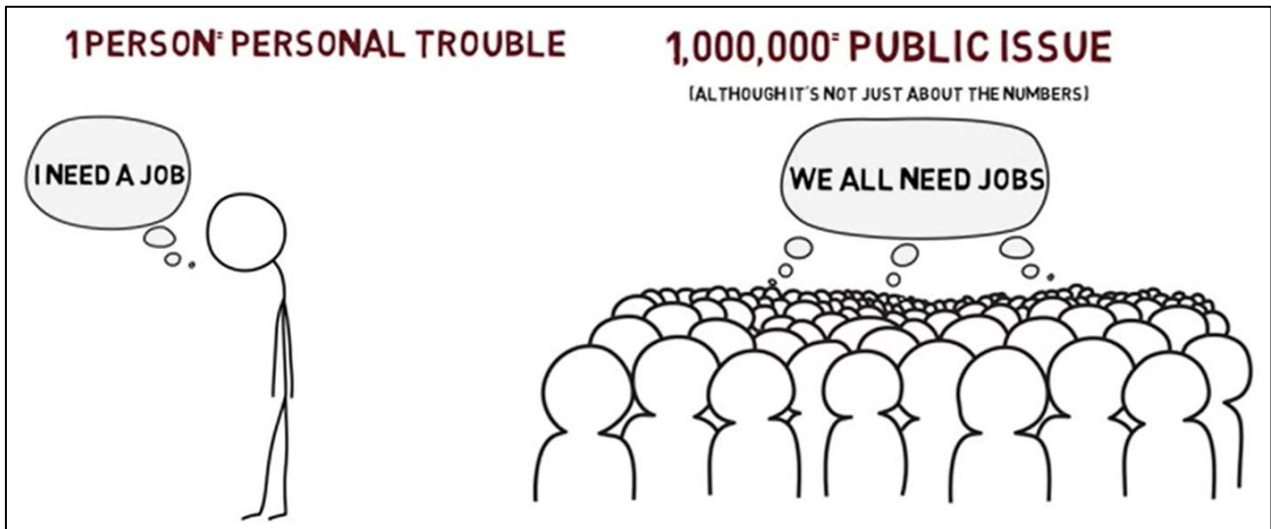


1 - IMAGINAÇÃO SOCIOLÓGICA

“The Promise of the Sociological Imagination” – Charles Mills

Devemos cultivar a nossa “**imaginação sociológica**”, um novo olhar que a sociologia propõe, uma vez que permite criticar normas, valores e papéis facilmente aceites no processo de socialização; Um olhar mais geral e afastado da nossa bolha pessoal.



Distingue os termos “**trouble**” e “**issue**”. O primeiro ocorre na relação imediata com o outro e dizem respeito apenas à experiência individual (ex: uma pessoa perder o emprego). O segundo transcende a esfera privada e diz respeito à sociedade como um todo (ex. 10 mil pessoas numa cidade de 100 000 habitantes perderem o emprego).

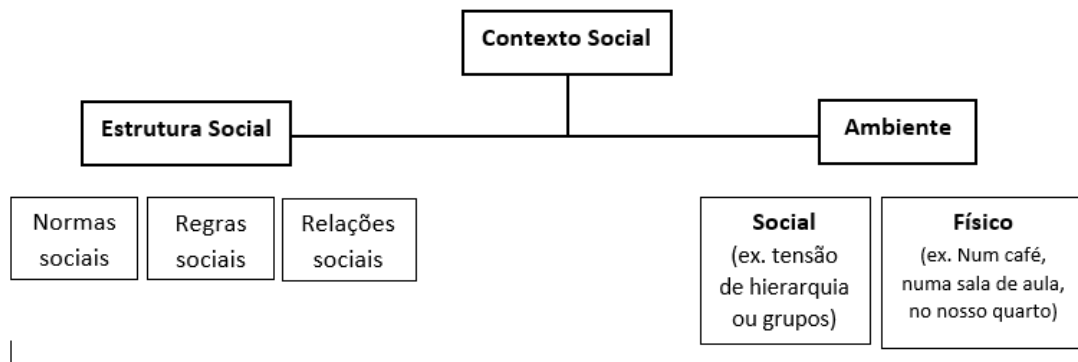
O **contexto** (público e social) e a **biografia** (privada, individual) são inseparáveis e relacionam-se dentro da sociedade. Agimos e participamos na comunicação interpessoal não só enquanto indivíduos, mas também como atores sociais. **Não agimos livremente, somos condicionados por fatores estruturais** (contexto social, cultural e histórico) **e pelos participantes**.

Rapidamente os problemas pessoais se podem tornar problemas sociais quando pensamos na sua dimensão ou até no impacto social que causa.



No exemplo aqui ilustrado, tomamos o exemplo da obesidade nos Estados Unidos. A obesidade, à primeira vista seria e é um problema pessoal (*trouble*) já que a própria pessoa é que é a responsável pelo que come e é a sua saúde que está em risco. No entanto, se olharmos com este novo olhar sociológico, vamos perceber que a comida é um elemento social, envolvida em convívios entre famílias, amigos, etc. Os comportamentos e hábitos alimentares de um grupo de pessoas vão influenciar a do indivíduo. Assim como as próprias regras e condições sociais, como os custos dos produtos o podem fazer, tornando assim a obesidade num problema social (*issue*).

Mills defende então que, para além da nossa personalidade e forma de pensar, o **contexto social condiciona os nossos comportamentos e escolhas**. A estrutura social e o ambiente físico e social condicionam os nossos modos de vida e as nossas escolhas. Devemos ter em atenção estes fatores quando pensamos na origem e o tipo de problemas que são.



2 – A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE

“The social construction of reality” – Berger e Luckman

Intencionalidade da consciência:

A **consciência** é sempre **intencional**; sempre “tende para” ou é dirigida por objetos. Ex: se eu estou com fome, estou a pensar conscientemente na comida e na fome que tenho, é intencional.

De onde provém o conhecimento e com é que o adquirimos?

Os autores defendem que a realidade não é independente ou exterior a nós. É **socialmente construída**, é prática e **provem do conhecimento social**, por sua vez adquirido pelas nossas práticas quotidianas de experiência pessoal com os outros e com as instituições. **O conhecer é um processo social, não o podemos fazer sozinhos.**

O método que se julga mais conveniente para esclarecer os fundamentos do conhecimento da vida quotidiana é o da **análise fenomenológica**, método puramente descritivo e, como tal “empírico”, mas não “científico”.

Realidade: eu, aqui e agora

A **realidade** mais real para cada um é aquela que **experienciamos empiricamente**. É uma realidade ordenada em torno de 3 coordenadas – “**eu**”, “**aqui**” e “**agora**” – que variam ao longo da vida e experiência quotidiana.

Intersubjetividades do mundo quotidiano e a construção do senso comum.

Um **mundo intersubjetivo** é um mundo em **que participo juntamente com outras pessoas**. Não posso existir na vida quotidiana sem estar continuamente em interação e comunicação com outros. É este aspeto intersubjetivo que diferencia claramente a vida quotidiana das outras realidades. Absorvemos o conhecimento como os outros, em torno do seu “eu, aqui e agora”, mas as suas perspetivas são diferentes da minha – o meu “aqui” é o “lá” deles e o meu “agora” não se sobrepõe completamente ao deles. **Há uma contínua correspondência entre os meus significados e os seus significados** neste mundo que partilhamos em comum – com o senso comum.

A **sociologia do conhecimento** trata da **multiplicidade empírica** do que é admitido como **conhecimento**. O **conhecimento do senso comum** (conhecimento partilhado com os outros – normas e rotinas evidentes no mundo quotidiano) dá-nos a sensação de que vivemos no mesmo mundo que os outros, orienta-nos. “*Estou sozinho no mundo dos meus sonhos, mas sei que o mundo da vida quotidiana é tão real para os outros quanto para mim mesmo*”.

A nossa visão do mundo não é pura, é filtrada por aquilo que conhecemos. Já antes de falarmos, partilhamos normas e regras de conversação. Formamos uma cadeia de sentidos e vocabulário de motivos. Estes esquemas, como um jogo, contribuem para criar padrões de comportamento.

Sendo que o **conhecimento é adquirido na interação com os outros**, este senso comum torna-nos a vida mais estável, permitindo “agir como sempre”.

Tempo finito para mim

O tempo já existia antes do meu nascimento e continuará a existir depois da minha morte. O **tempo** na minha realidade diária é **contínuo e finito**. Toda a minha existência neste mundo é continuamente ordenada pelo tempo dela. Só disponho de certa quantidade de tempo para a realização dos meus projetos e o conhecimento deste facto afetar a minha atitude em relação a estes projetos.

Interação social na vida quotidiana

Face a face:

A mais importante experiência ocorre face à face com o outro - que é o protótipo da interação social.

Nesta situação, **o outro é apreendido por mim num presente partilhado por nós dois e vívido e eu sou apreendido por ele no mesmo vívido presente**. O meu “aqui e agora” coincidem com o dele e colidem continuamente. Há um **intercâmbio contínuo** entre a minha expressividade e a dele. Isto quer dizer que na situação cara a cara a subjetividade do outro é me acessível mediante o máximo de sintomas. Só aqui é que essa **subjetividade do outro é expressivamente “próxima”** uma vez que conseguimos ver as suas reações corporais involuntárias, a sua expressividade, os seus gestos e mesmo os seus silêncios.

O outro com quem interagimos é real. Mesmo sabendo um nome, só passa a ser real e pleno para mim a partir do momento em que o encontro pessoalmente. (*Ex: eu sei o nome até mesmo a cara do Miguel Araújo mas nunca o encontrei pessoalmente. Quando interajo com ele, ele torna-se real, tenho uma noção de tamanho, de voz, de postura, etc).*

Nestas situações **o outro é mais real para mim do que eu próprio**. Conheço-me melhor a mim do que alguma vez o vou conhecer, claramente, mas este “melhor conhecimento de mim mesmo exige reflexão. Não é imediatamente apresentado a mim, mas o outro é! Apresentado exatamente como é” e por isso é-me **continuamente acessível**.

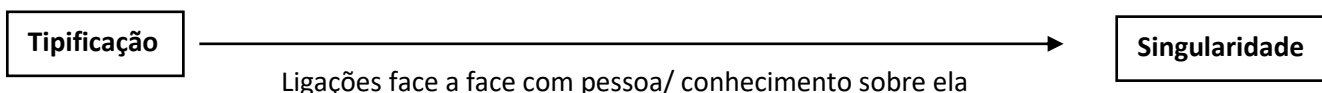
Não há padrões de comportamento nas situações cara a cara, são modificados continuamente devido ao intercâmbio extremamente variado e sutil de significados que têm lugar. Não estando cara a cara é muito mais fácil ignorar as tentativas de amizade do outro porque ao longo da troca de mensagens (correspondência) não disponho da sua presença imediata, contínua e maciçamente real da sua expressividade. Expressividade esta que me influencia.

Tipificadores:

Mas há **esquemas tipificadores** que construímos antes da situação face a face. Embora seja difícil impor padrões rígidos à interação face a face, desde o início esta interação já é padronizada. Os outros são apreendidos, sendo estabelecidos os modos como “lidamos” com eles nos encontros cara a cara – sabemos previamente como lidar com os “tipos” de pessoas. Os esquemas tipificadores **ajudam a etiquetar e categorizar as pessoas para nos ajudar a interagir com elas**. (*Ex: Homem, Espanhol, tio, vendedor...*). Eles entram nas situações cara a cara e são **recíprocos**, já que o outro também me apreende a mim de uma maneira tipificada (*ex: mulher, portuguesa, sobrinha, estudante*). Ambos os esquemas entram em **contínua “negociação”**.

Do estereótipo ao indivíduo único e singular:

Tendo eu um amigo **Henry, inglês**, implica que todas as características e ações dele sejam atribuídas a qualquer pessoa da **categoria dos ingleses**, de uma forma geral. Entretanto, assim que Henry se tornar mais acessível a mim na plenitude da expressividade da situação face a face, onde se vai tornar real para mim, **romperá rapidamente o estilo de inglês anónimo e se manifestará como um indivíduo único** e, portanto, atípico.



Assim podemos perceber que os **tipificadores** condicionam a nossa relação com as outras pessoas. Nas **situações face a face tenho a evidência direta do meu companheiro**, das suas ações, atributos, etc. À medida que vamos criando ligações com as pessoas, a tipificação vai diminuindo e a pessoas passa a ser cada vez mais singular. **Deixamos de a ver como uma representação de um grupo, mas sim como uma pessoa completa**. O **grau de interesse ou intimidade** podem combinar-se para aumentar ou diminuir o anonimato da experiência.

No entanto, a **tipificação** não deve ser vista como uma forma estereótipo, mas sim como uma **receita que nos indica como devemos agir e interagir com outra pessoa**. Dá-se, não só **pessoalmente** mas **espacialmente** também, ou seja, dá-nos a receita de como nos comportar e comunicar em **determinados espaços** (uma sala de aula, um café, um concerto...) já formada pelo senso comum

A importância e papel da linguagem e sua compreensão:

Na situação cara a cara, a **linguagem** possui uma qualidade inerente de reciprocidade que a distingue de qualquer outro sistema de sinais. É um **sistema de signos** que nos permite **objetivar e exteriorizar os processos subjetivos e individuais** como pensamentos, sentimentos e emoções.

A **linguagem** que utilizamos no quotidiano impõe-se, simultaneamente, como algo de **interno** (produzimos sentido de forma subjetiva) e **externo** (força-nos a entrar nos padrões existentes). A linguagem é capaz, não somente, de construir símbolos altamente abstraídos da experiência diária, mas também de fazer retornar estes símbolos, apresentando-os como elementos objetivamente reais na vida quotidiana.

Funciona como um **repositório do senso comum** – transporta com ela o conhecimento social – é uma convenção. É um processo de **intersubjetividade, de negociação** e é mais objetivo do que geralmente se pensa. É uma forma de interação social que está situada social, cultural e historicamente. Temos que levar em consideração elementos para além do conteúdo como os **participantes** (Quem e Para quem?), a **mensagem** (diz o quê), o **meio** (através de que meio e canal), **onde** (dimensão espacial) e **quando** (dimensão temporal).

3 – A PRAGMÁTICA DA COMUNICAÇÃO

“A pragmática da comunicação humana” . Watzlawick, P; Beavin, J.; Jackson, D.

Segundo Paul Watzlawick, a comunicação é como uma orquestra. Ou seja, um processo essencialmente circular, no qual os indivíduos participam a todo o momento, através dos seus gestos, da sua visão do mundo e até do seu silêncio, assim como os músicos numa orquestra. Desta forma, não há emissores nem recetores: há comunicadores que participam de igual modo e, frequentemente de modo simultâneo, no processo.

Os indivíduos são considerados como sujeitos ativos dos processos de comunicação e cada comportamento é, ao mesmo tempo, reação e indução. Importam as relações recíprocas ou interações entre os comunicadores e analisá-las nos seus contextos.

O foco deste autor não é no comportamento comunicativo, mas as regras constitutivas das situações de comunicação, a sua “gramática”. Usando a analogia do jogo de xadrez, Watzlawick e colegas postulam que a comunicação está sujeita a certas regras, cuja existência é assinalada pela redundância.

Redundância: repetição de comportamentos → partindo da observação do sistema particular em operação, tenta-se então postular as regras subjacentes no seu funcionamento.

Analogia usada pelo autor: possibilidade de reconstituir as regras do xadrez (ou seja, as regras da comunicação) simplesmente pela observação do jogo (das interações comunicativas) sem perguntar aos jogadores as razões que os levam a certas jogadas.

Metacomunicação: quando deixamos de usar a comunicação para comunicar, mas a empregamos para comunicar sobre a comunicação, como inevitavelmente acontece na pesquisa de comunicação. Então, recorreremos a conceitualizações que não são parte da comunicação, mas são sobre esta.

Caixa escura: impossibilidade de ver a mente (o psíquico) em funcionamento. Ou seja, o objeto de estudo deixa de ser a mente e passa a ser o comportamento observável.

Atribuição de significado: noção essencial à experiência subjetiva de comunicar com os outros.

O comportamento é determinado pelas experiências prévias. O que uma pessoa A diz sobre o seu passado, a uma pessoa B, está inseparavelmente vinculado às relações existentes entre essas duas pessoas.

Os 5 axiomas dão-nos oportunidade de compreender as razões pelas quais há desentendimentos nas relações.

Os axiomas da comunicação

1º AXIOMA

“É impossível não comunicar” / “Não se pode não comunicar” / “Todo o indivíduo não pode não se comportar, é-lhe impossível”.

A comunicação não ocorre só quando é intencional ou consciente, ou quando há compreensão mútua.

Todo o comportamento humano tem valor de mensagem, sendo esta constituída por um complexo conjunto de modos de comportamento: verbais, gestuais, posturais, ambientais e contextuais. Quando comunicamos, os outros não podem não reagir. Quando tentamos não comunicar, estamos a comunicar isso mesmo (que não queremos comunicar), já que a comunicação não se limita à troca de palavras (exemplo do esquizofrénico que comunica ao não comunicar). Tudo comunica: as palavras, os gestos, as posturas, os objetos e os contextos. As posturas comunicam, através das posições e das disposições. Comunicamos mesmo quando estamos calados ou quando não queremos, quando não tínhamos essa intenção. A maioria da comunicação face a face está fora do nosso controlo consciente.

Estratégias usadas para evitar a comunicação: não dar a devida atenção ao assunto; alimentar a conversa de uma forma monossilábica, etc.

2º AXIOMA

“Toda a comunicação tem um aspeto de conteúdo e um aspeto de relação, tais que o segundo classifica o primeiro e é, portanto, uma metacomunicação”.

Qualquer comunicação implica um compromisso com o outro e assim define a relação. Uma comunicação não só transmite informação (relato), como também impõe um comportamento (ordem).

Relato: o conteúdo da mensagem; “o quê” da mensagem- transmite a informação

Ordem: como deve ser recebida/interpretada a mensagem, a relação entre comunicadores; “o como” da mensagem.

O nível do conteúdo (relato) corresponde à função descritiva da linguagem. É o contexto que define a relação interpessoal, que classifica o conteúdo da mensagem. A forma como percebemos a relação com o outro é determinante para o sentido e posição que assumimos face ao conteúdo.

Chamar “preto” a alguém é um ato cujo significado varia, conforme o tipo de relação em causa e os protagonistas.

Recorremos explicitamente à metacomunicação quando queremos expressar algum sentimento humano, preparando o outro para receba a mensagem sem constrangimento ou espanto. A metacomunicação não se restringe apenas à linguagem, inclui gestos, olhares, expressões corporais e faciais para dar mais ênfase ao que queremos comunicar e ao modo como queremos ser interpretados.

Também é verdade que a informação verbal transporta muitos elementos que pertencem ao nível meta-comunicativo da relação:

- Na língua portuguesa, de Portugal, o uso do “tu” e do “você” varia segundo o tipo de relação em causa;

- Para dar uma ordem, por exemplo, podemos usar o imperativo ou o condicional e essa escolha é indicativa da relação com o outro e ajuda a constituir essa relação.

Sem uma boa relação (mostrar estima, consideração e respeito pelo outro) não há boa comunicação, nem cooperação a longo prazo. Quanto mais saudável uma relação, mais os aspetos da comunicação ficam implícitos. E acontece o contrário em relações “doentias”. Claro que os significados relacionais não têm o mesmo peso em todas as culturas ou contextos.

Problemas na comunicação relacionados com os níveis de conteúdo e relação

Distorções:

- Confusão entre conteúdo e relação (ex: mãe e filho discutem sobre o horário de chegar a casa, quando na verdade estão a discutir o poder que têm na relação)

- Rejeição constante e clara do conteúdo

- Desconfirmação (negação da existência do outro)

Comunicação paradoxal/Double bind

- Uma situação na qual, “não importa o que uma pessoa faça, não pode vencer”

- Duplo vínculo é um dilema da comunicação onde um indivíduo recebe duas ou mais mensagens conflitantes, onde uma nega a outra. Isso cria uma situação na qual uma resposta bem-sucedida a uma mensagem resulta em uma falha na resposta à outra, de modo que a pessoa estará automaticamente errada, independentemente da resposta que dê.

- Trata-se de uma forma de negar e afirmar algo ao mesmo tempo e transmitir isso através pela fala, ou por outros meios de comunicação diferentes, fala e expressões gestuais ou faciais. O duplo vínculo é uma comunicação repleta de ambiguidade que confunde e desorienta quem a recebe e a torna insegura pela incerteza de entender completamente a comunicação a ponto de pôr em dúvida se é amada e aceita pelo outro ou não.

Exemplos:

- Uma mãe ofereceu no natal duas camisas ao seu filho. No dia seguinte, o filho usou uma das camisas oferecidas pela mãe, ao que a mãe lhe perguntou: — Então, filho, não gostaste da outra camisa?

- Uma menina, feliz da vida, conta ao pai que beijou o menino de que gosta na escola. O pai, com a mão nos olhos em lágrimas, diz: - Ai, tão nova... Estou feliz por ti, filha!

3º AXIOMA

“A natureza da relação está na pontuação das sequências comunicacionais entre os comunicadores”.

A comunicação é um processo contínuo que acontece através de vários canais e combinações apropriadas à situação. Todo o comportamento numa situação de interação tem valor de mensagem. Em cada momento que comunicamos, trazemos todo o nosso passado e experiências acumuladas. Mas, quando envolvidos na interação só podemos utilizar uma parte dessa comunicação. Somos obrigados a filtrar e a pontuar esse fluxo contínuo, de modo a transformá-lo em unidades informativas.

Pontuar: tendência para dividir transações comunicativas em sequências de estímulo-resposta. A pontuação dá estrutura e sentido à comunicação: é arbitrária. Tipicamente, é feita para beneficiar o próprio. Vemos o nosso comportamento como reação ao comportamento do outro (reação a um estímulo), como um efeito do mesmo. Compreender como o outro pontua é crucial para a compreensão e empatia. Pontuar de forma diferente dá origem a conflitos. A noção de causalidade é fortemente

dependente desta pontuação, o que leva a frequentes mal-entendidos entre casais, amigos, colegas, grupos, regiões ou países.

O problema da pontuação: o que vemos como sendo a causa e o efeito não corresponde necessariamente à visão que o nosso interlocutor tem sobre isso. A pontuação é sempre uma questão de percepção individual, não sendo nenhuma percepção correta ou incorreta. Para resolver a questão, temos de deixar cair a questão da culpa.

Exemplos: uma mulher diz que o homem não fala e o marido diz que só não fala porque ela já fala muito; a mulher que se queixa porque o marido vai ao café beber uns copos; e o marido que diz que vai ao café porque ela está sempre a reclamar. Em ambos, os atores sociais vêem-se como reagindo um ao outro, e entram num processo de acusação mútua e de autodefesa.

O dilema surge da pontuação da série, e este é o erro dos interlocutores neste tipo de situação de comunicação. O problema é idêntico ao do ovo e da galinha, ou de descobrir quem primeiro ofendeu o outro depois de uma discussão bem acesa. Não é uma questão de “visões distorcidas”, o problema está na incapacidade de meta-comunicar sobre a padronização da interação.

Profecias autorrealizáveis: Uma estudante pode acreditar que, à partida, os colegas não gostam dela. Acreditando nisso, ela tornar-se-á antipática, levando a que, de facto, ninguém goste dela. Se lhe ocorresse pontuar esta sequência antes do seu próprio comportamento, talvez as coisas lhe corressem de outro modo e ela fosse levada a abandonar a sua crença.

4º AXIOMA

“Os seres humanos comunicam digital e analogicamente”

Digital:

- A comunicação verbal, ou seus equivalentes expressos por signos aleatórios com códigos definidos. É simbólica e abstrata.
- A comunicação digital é mais abstrata, versátil, precisa e impermeável às emoções/sentimentos e tendemos a utilizá-la para comunicar informação (ou seja, conteúdo).

Analógica:

- Baseia-se na analogia, semelhança e associações. Toda a comunicação não verbal (movimento do corpo, tom de voz, postura, gestos, olhares, expressão facial) e pistas comunicativas presentes em qualquer contexto em que ocorre a interação.
- A comunicação analógica é direta, plástica, sugestiva, mais ambígua; permite-nos uma interpretação mais pessoal do conteúdo/informação que é transmitida digitalmente. É mais adequada ao nível da relação. Os dois modos estão sempre presentes na comunicação interpessoal: podem complementar-se, estar em contradição, reforçarem-se mutuamente, etc.

Na comunicação analógica não existem “qualificadores” para decidir quais de dois significados de um gesto está subentendido, mas estes existem na comunicação digital.

Do mesmo modo que se pode falar verbalmente da relação (ou seja, metacomunicar verbalmente), também se pode transmitir informação de um modo analógico. É possível fazer traduções de um modo para o outro. Mas isso não se faz sem perda de significado de relação na tradução do analógico para o digital, e de perda de informação na tradução do digital para o analógico.

5º AXIOMA

“Todas as interações comunicacionais ou são simétricas ou são complementares, segundo se baseiem na igualdade ou na diferença”.

Interação simétrica:

Os comunicadores vêem-se como iguais, têm a mesma posição e fazem as mesmas coisas (comportamento em espelho). Mas, no entanto, pode conduzir à competição e quebra da relação.

Exemplos: professor com um professor; entre estudantes do mesmo ano, do mesmo curso e etc.

Interação complementar:

Há uma subordinação de tipo inferior-superior que resulta frequentemente de papéis socialmente atribuídos. Não é uma relação necessariamente forçada, mas antes assumida e induzida.

Exemplo: professor-aluno, patrão-empregado, pai-filho, médico-doente, etc.

Da interação complementar pode resultar a cooperação. No entanto, a persistência rígida neste tipo de interação pode levar a uma tal diferença que os indivíduos (ou os grupos) deixam de se reconhecer como semelhantes, e acabam, portanto, por quebrar a relação. O extremo desta dependência conduz a uma complementaridade rígida: o pai trata o filho adolescente da mesma forma que o tratava quando este era criança; o professor que vê os alunos, independentemente da idade deles, sempre como “crianças”;

Na comunicação humana saudável, a simetria equilibra-se, simultânea ou alternadamente, com a complementaridade. É isso que permite que as pessoas, enquanto se diferenciam e cooperam mutuamente, também tendam a tornar-se idênticas e a manter o sentido de comunidade (um relacionamento fluído, de complexidade elevada, mas equilibrado).

Balanço final:

Não é necessário haver intenção nem compreensão mútua para que a comunicação interpessoal ocorra. A unidade mínima da comunicação é o comportamento. Como não é possível haver não comportamento, todo o comportamento humano, em situação de interação com o outro, transmite uma mensagem.

Qualquer problema na comunicação explica-se por disfunções relacionais entre os envolvidos na dinâmica interacional: por isso, o problema não pode ser resolvido de forma independente por apenas uma das partes envolvidas na interação e sem levar em conta o contexto em que ocorre.

A comunicação interpessoal não é simplesmente a soma dos bits de informação que passam de uma pessoa para a outro num determinado tempo e espaço. São sistemas complexos de interação social que interiorizamos no processo de nos tornarmos humanos e membros competentes de uma sociedade e cultura: aprendemos que a diferentes situações correspondem diferentes formas de comunicar. É um processo em que todos os participantes na interação contribuem com mensagens várias, transmitidas de forma analógica e digital e cujos elementos são culturalmente padronizados.

4 – COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL

“Non verbal communication” – DeVito

A comunicação não-verbal é comunicação sem palavras. Envolve gestos, expressões faciais, aproximação, toque, silêncio e até a própria aparência... Só acontece quando alguém recebe esses sinais e lhes atribui sentido.

A **função da comunicação** é compreender o mundo, estabilizar ou destruir relações, ajudar alguém, persuadir, brincar com alguém. Já a função da **metacomunicação** é comunicar algo sobre a mensagem verbal (acentuar, completar o sentido, contradizer, controlar, repetir, substituir).

Os canais de comunicação não-verbal:

Corpo	Movimentos corporais (cinésica)	- Emblemas: gestos que se traduzem em palavras (ex. gesto de OK; polegar para cima <i>FIXE</i> ; V de <i>VITÓRIA</i> ; acenar com a mão para dizer <i>OLÁ</i>)
		- Ilustradores: ilustram e dão ênfase à mensagem que acompanham (ex: apontar para a direita ou mover o corpo para a direita)
		- Indicadores de efeito: movimentos do corpo ou cabeça que expressão emoção (ex: sorriso, franzir a testa, contração ou libertação corporal, choro). Podem ser conscientes ou inconscientes.
		- Reguladores: controlam o discurso do interlocutor (ex. acenar com a cabeça para ele continuar a falar; inclinar para a frente e abrir a boca para falar)
	- Adaptadores: satisfazem uma necessidade pessoal. Podem ser direcionados a nós próprios (ex. esfregar os olhos ou coçar o nariz), ao outro (ex: remover a linha do casaco de alguém ou puxar o casaco para baixo porque ficou dobrado) ou a um objeto (rasgar o rótulo de uma garrafa, dobrar um copo).	
Aparência física	- Atratividade: relacionada com características físicas como a altura, cor da pele, peso, cabelo, postura...	

Comunicação facial (veicula sobretudo emoções)	Emoticons/emojis: representam digitalmente as expressões faciais: <i>felicidade, surpresa, medo, raiva, tristeza, nojo, tentação e interesse</i> . Estes são indicadores de efeito primários, que se fazem sem intenção.
	Existem também indicadores de efeitos sobrepostos onde a pessoa mistura emoções ex: choro e sorriso
	Técnicas de controlo facial: <ul style="list-style-type: none"> - Intensificar (<i>exagerar uma emoção, ex: surpresa</i>), - Reduzir (<i>redizir e controlar uma emoção, ex: notas dos testes</i>), - Neutralizar (<i>esconder ou não mostrar os sentimentos, ex. tentar não parecer deprimido</i>); - Mascaram (<i>substituir a emoção verdadeira por um emoji específico, ex: receber uma prenda e fingir felicidade quando na verdade de está desapontado</i>)
Precisão de codificação e descodificação: facilidade em compreender o outro a partir de sinais não verbais, compreender a sua pontuação. Varia com as competências do indivíduo, com o seu papel social e com as próprias emoções. (ex: estudo das mulheres que são melhores que os homens a codificar e descodificar)	

Comunicação através do olhar:	- Contacto visual: procura feedback, informa disponibilidade, sinaliza a relação de forma positiva ou negativa)
	- Domínio visual: mantém maior contacto visual a falar do que a ouvir)
	- Rejeição visual: mantém a privacidade do outro, sinaliza desinteresse, bloqueia um estímulo desagradável, destaca um estímulo agradável)
	- Dilatação da pupila: revela interesse ou excitação emocional > transmite atratividade.

Comunicação espacial / proxêmica: Influenciada por fatores como o estatuto, cultura, assunto em discussão, género, idade, relação com o outro.	- Distância íntima: onde sentimos a presença forte do outro. Alguns casais estão assim na rua e é considerado impróprio.
	- Distância pessoal: “bolha protetora” - tocamos o outro se estendermos o braço
	- Distância social: cria uma aparência formal
	- Distância pública: permite uma ação defensiva sob ameaça, pelo interlocutor está longe dos ouvintes, o ataque pessoal não é tão forte (ex: <i>debate ventura e João Ferreira - próximos</i>)

Territorialidade (pode relacionar-se com o estatuto):	- Território primário (controlo exclusivo, o mesmo que “jogar em casa”, maior influência sobre o outro)
	- Território secundário (controlo mais sentimental, embora não seja pertence próprio, como que uma segunda casa, a escola ou trabalho em que passamos a maior parte do tempo.)
	- Território público (aberto a todos, reúnem as pessoas e estimulam a comunicação, ex. um parque)

Os marcadores de territorialidade são:

- marcadores centrais: itens que colocamos num território para o reservar, (ex. <i>livros em cima da mesa para dizer que está ocupada</i>)
- marcadores de fronteira: separam o território de um do território do outro. (Ex: <i>mochila na mesa a dividir as mesas, nos testes</i>)
- “marcadores auditivos”: indicam a posse de um território ou objeto. Ex: <i>placa de nome, nome num objeto</i>

Comunicação através de artefactos (objetos feitos por mão humana; influencia percepções e comportamentos)	- Comunicação por cores: afetam psicologicamente e influenciam sentimentos
	- Vestuário e adorno corporal: indicam o estatuto socioeconómico, as atitudes, a formalidade, o estilo e a criatividade de alguém.
	- Decoração do espaço: a qualidade, a combinação, o preço, o arranjo visual das coisas e a própria ausência de conteúdo comunicam.

Comunicação através do toque / háptica	- Sentidos do toque: comunica sentimentos, informalidade, intenção afetiva ou agressiva
	- Comportamento de domínio não verbal: pode controlar os comportamentos, atitudes e sentimentos do outro. (ex: "desvia-te" e tocar para desviar; puxar a mão ou empurrar para apressar a pessoa)
	- Toques ritualistas, para cumprimentos e despedidas. (ex: abraçar, apertos de mão, beijar...)
	- Toques relacionados com tarefas (associados a alguma função. (ex: ver a febre a alguém com a mão na testa, ajudar alguém a subir uma árvore ou a sair do carro)
	- Rejeição do toque: tendência para não tocar certas pessoas ou em certas circunstâncias.

Paralinguagem (dimensão não-verbal do canal vocal)	- Entoação: diferentes entoações comunicam algo diferente sobre um enunciado
	- Qualidades vocais: velocidade, volume, ritmo, vocalizações
	- Julgamentos sobre as pessoas: permite avaliar o estado emocional e a personalidade – mais fácil se os interlocutores falarem a mesma língua.
	- Julgamentos sobre a eficácia comunicativa: discurso rápido é interpretado como mais inteligente, mas pode ser mal compreendido.

Silêncio	
Funções:	Dar tempo para pensar; Magoar o outro; Resposta à ansiedade; Prevenir a comunicação de certas mensagens; Comunicar respostas emocionais; Mostrar desinteresse; Expressar afeto; Não ter nada para dizer

Comunicação através do olfato	
Mensagens:	Atração; Gosto/ Paladar; Memória; Identificação.

Comunicação temporal (cronética)	Tempo psicológico: Como usamos o nosso tempo, como nos organizamos. Ênfase que damos ao passado, presente e futuro. Os eventos são recorrentes e circulares e o que aprendemos no passado é útil no presente.
	Tempo cultural: As perspectivas também contam para muitos dos enganos ou problemas interculturais, já que as diferentes culturas ensinam os cidadãos de diferentes formas e orientações. (tanto na distância pessoal como no significado das cores e etc).