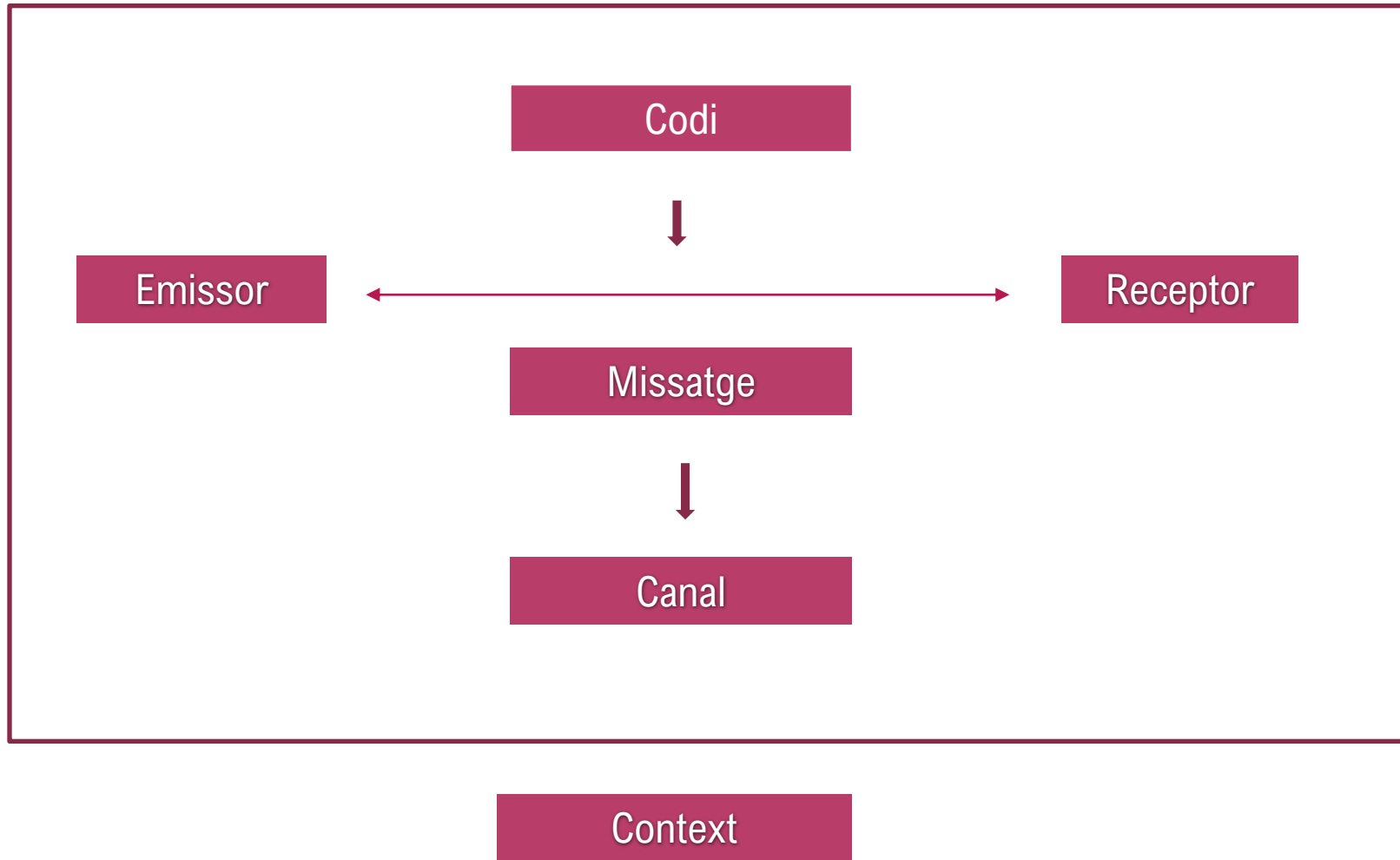




LLENGUATGE INTERROGATIU
COM ESTRATÈGIA COMUNICATIVA
EN EL PROCÉS DE MEDIACIÓ

Professora: Cristina Vidal-Martí

ELEMENTS DEL PROCÉS DE COMUNICACIÓ



AXIOMES DE LA COMUNICACIÓ (WATZLAWICK ET AL., 2011)

- És impossible no comunicar.
- Tota comunicació té un nivell de contingut i un de relació, de tal manera que l'últim classifica el primer.
- El resultat de la comunicació no serà el que diu l'emissor, sinó el que entén el receptor.
- La natura de la relació depèn de la puntuació.
- Les persones ens comuniquem a través del llenguatge verbal i no verbal. El primer determina el què i el segon dóna significat a la naturalesa de les relacions.
- Tots els intercanvis comunicacionals són simètrics o complementaris.



PRINCIPIS DE LA COMUNICACIÓ (BIRKENBILH, 2008)

- **Principi 1:** El que es veritable és allò que entén el receptor, no el què vol dir l'emissor.
- **Principi 2:** La responsabilitat, que el missatge arribi de manera correcta, és de l'emissor.



LA COMUNICACIÓ



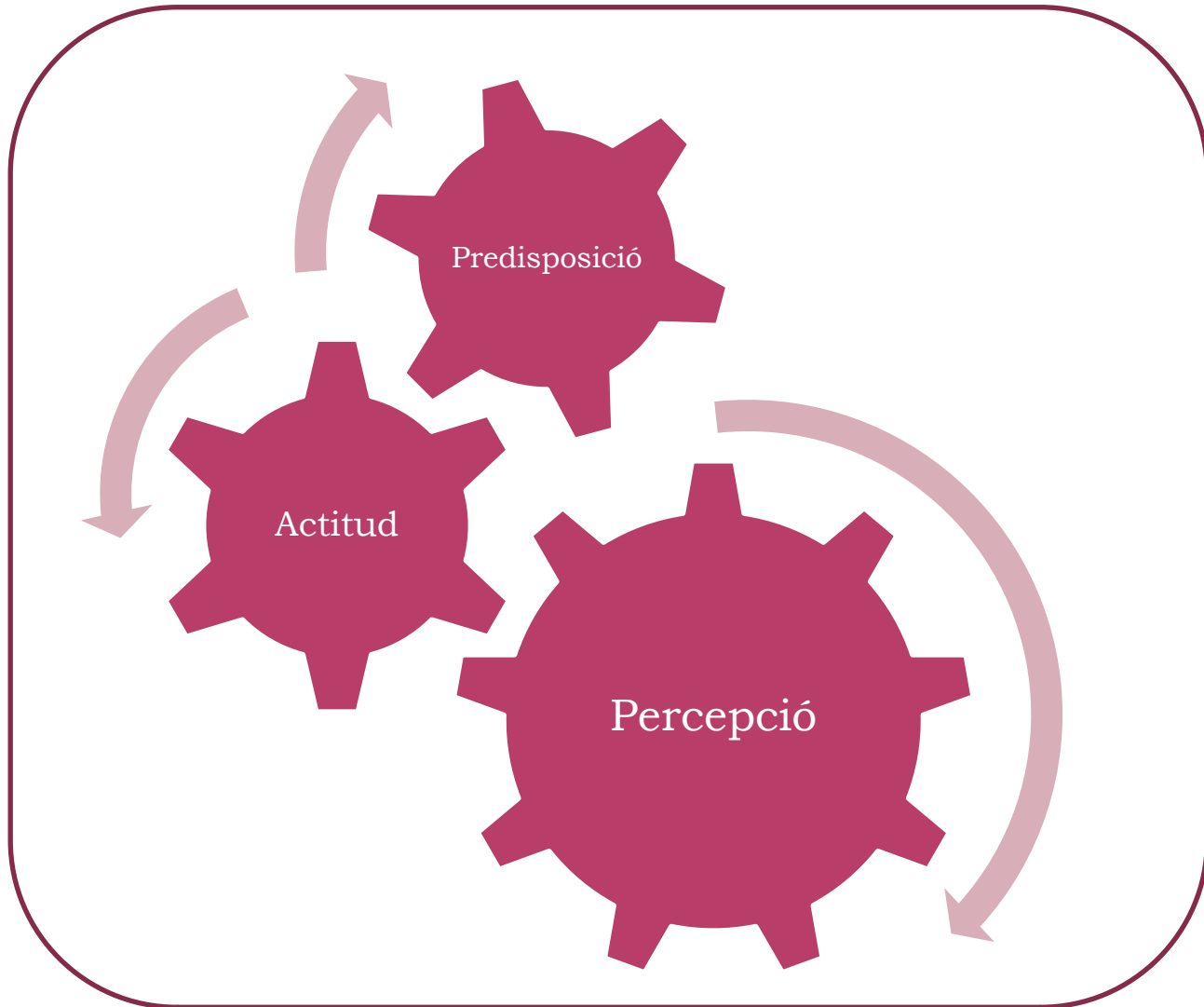
Intencionalitat

És una relació interpersonal



PROCÉS COMUNICACIONAL

Context



PERCEPCIÓ



La percepció és un procés selectiu. Per tant, tant la pròpia com la percepció de l'altra persona són processos **selectius** i **individuals**. Cada un atribueix un **significat** a la pròpia percepció.



PERCEPCIÓ (II)

La informació captada pels sentits se sotmet a un procés mental de filtrat. De manera que els fets no els percebem tal com són, sinó com els interpretem.

El nostre cervell representa *allò que percebem* internament. L'elaboració de la representació està condicionada per les creences prèvies i la particular manera de processar.

No totes les persones processen ni filtren la informació de la mateixa manera.



LA PERCEPCIÓ I LA COMUNICACIÓ

- La percepció és un dels factors claus de la comunicació.
- És una activitat en què rebem els estímuls del món exterior a través del sentits.
- És una activitat intencional, perquè hi ha una selecció i tria dels estímuls.
- Les respostes depenen més del que creiem que hem sentit que del què s'ha dit.
- S'incorpora el que es considera millor. No el que és objectivament millor.



TIPUS DE COMUNICACIÓ: DIGITAL I ANALÒGICA

Digital

- Comunicació verbal

Analògica

- Comunicació no verbal
- Comunicació para verbal



COMUNICACIÓ DIGITAL

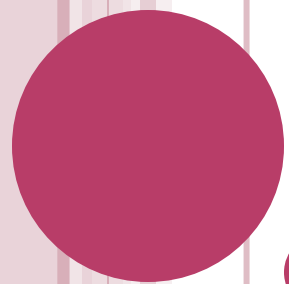
- Coneguda com comunicació verbal.
- Transmet els aspectes del contingut.



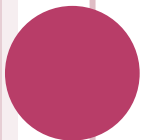
COMUNICACIÓ ANALÒGICA

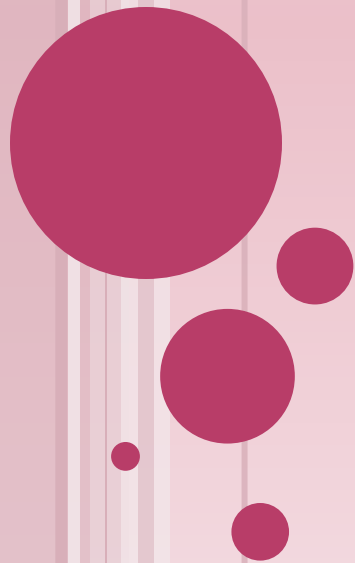
Tipus	S'identifica en
Expressió corporal o cinèsica	<ul style="list-style-type: none">• Gestos corporals• Expressió facial• Posició i postura del cos• Tacte• Contacte físic• Moviments voluntaris i involuntaris que acompanyen el missatge.
Expressió para verbal o paralingüística	<ul style="list-style-type: none">• Volum• Ritme• To de veu (relacionat amb l'estat emocional)• Accentuació• Dicció.
Proxèmica	<ul style="list-style-type: none">• Posició• Espai personal.





LLENGUATGE INTERROGATIU





El preguntar és una de les tècniques més privilegiades de
la mediació

(Suarez, 2005, p. 250)

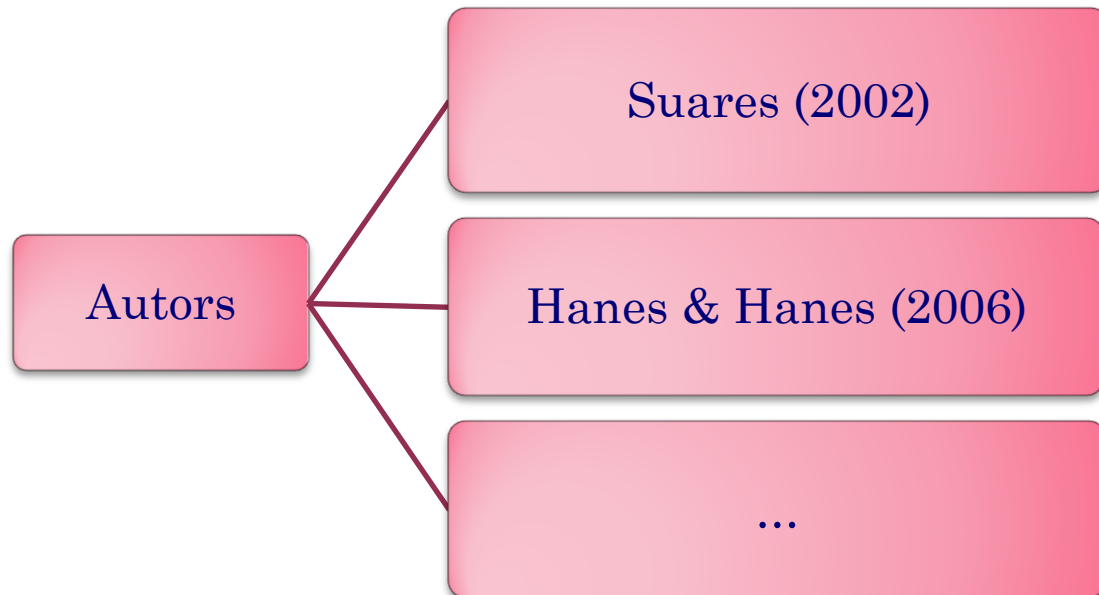
PER QUÈ UTILITZAR EL LLENGUATGE INTERROGATIU ?



- Per trencar el gel
- Obtenir informació
- Conèixer i comprendre necessitats i interessos
- Aclarir dubtes
- Desbloquejar situacions
- Incentivar que les persones s'expressin
- ...



TAXONOMIA DE LLENGUATGE INTERROGATIU



Suares (2002) distingeix:

1. **Exploradores**

- Centrades en obtenir informació.
- Serveixen per definir el problema.
- Poden ser: 1) obertes, 2) tancades i 3) aclaridores.

2. **Transformadores**

- Preguntes que permeten reflexionar a les parts, per a poder veure els problemes des d'una altra mirada i facilitar-ne la gestió.
- Són preguntes que resulten ser operatives i permeten arribar a una solució.
- Són preguntes òptimes per redefinir el problema.
- Poden ser: 1) reflexives, 2) circulars i 3) hipotètiques.



EXPLORADORES: PREGUNTES OBERTES (SUARES, 2002)

Les preguntes obertes són aquelles que el o la professional de la mediació fa per obtenir informació. Permet que cada una de les parts en conflicte respongui de manera extensa.

Són preguntes que no es responen amb un *sí* o un *no*, sinó que faciliten que cada una de les parts s'expressi de manera lliure i oberta.

Solen començar amb un *què*, *qui*, *per a què*, *quan* i *on*.

Exemples:

- Què us ha portat a la mediació?
- Què coneixeu de la mediació?
- Pots explicar-me què va passar?
- Per a quin motiu necessites això que estàs demanant?
-



EXPLORADORES: PREGUNTES OBERTES (II)

Haynes & Haynes (2006) afirmen que les preguntes obertes tenen l'objectiu de conèixer o indagar un tema.

Una segona finalitat és reequilibrar la comunicació. Per exemple, si hi ha una part que intervé d'una manera intrusiva i vol acaparar l'atenció, el o la mediador/a pot preguntar a l'altra part: *I tu, què n'opines?*; amb la finalitat de contrarestar la intervenció del primer.

No es recomana fer preguntes amb el *perquè*, ja que condueixen a la justificació d'una de les parts, a enrocar la comunicació i rigiditzar les posicions.



EXPLORADORES: PREGUNTES TANCADAS (SUARES, 2002)

- Les preguntes tancades són aquelles que es responen amb un *si* o un *no* o amb dades concretes com noms, dates, llocs, entre d'altres. Tanmateix, alguns autors denominen a aquestes últimes com a *semitancades*.
- La finalitat d'aquestes preguntes poden ser tres: 1) confirmar el que el professional de la mediació ha entès del que se li ha explicat, 2) per obtenir una informació concreta i 3) per verificar dades, que anteriorment s'han exposat.
- Exemples:
 - Has participat en un procés de mediació amb anterioritat?
 - Tens un advocat?
- Són un tipus de preguntes que poden resultar perilloses, segons el moment en què es realitzen. Poden portar a les parts a ancorar-se en una posició rígida.



TRANSFORMADORES (I): PREGUNTES REFLEXIVES

Són preguntes que no es poden respondre de forma automàtica; sinó que la persona, a qui va dirigida, necessitarà un temps per pensar i donar una resposta.

Els components analògics de la comunicació com ara vocalitzacions, canvis de ritme, d'entonació, de postura, el tipus de mirada, entre d'altres ens informen de si la pregunta ha aconseguit l'objectiu desitjat (Suarez, 2002, p. 68).

Exemples de preguntes reflexives:

- Creus que aquests dos esdeveniments que m' has explicat estan relacionats d'alguna manera?
- Pots explicar-me què passaria si no aconseguissis això que estàs plantejant?
- Quines alternatives creus que tens si no us poséssiu d'acord?

Tenen la finalitat d'aproximar les parts i ajudar-les a reflexionar sobre el què han dit o el què pensen.



TRANSFORMADORES (II): PREGUNTES CIRCULARS (SUARES, 2002)

Neixen de la teoria sistèmica i es basen en remarcar les diferències, connexions, entre d'altres.

Tenen la finalitat de provocar empatia, serveixen per explorar comportaments i poden ser una eina facilitadora de la interacció entre les parts.

L'objectiu d'aquestes preguntes és moure la persona de la seva posició.

Exemples:

- Què creus que pensa?
- Quina penses que pot ser la seva posició respecte a aquest tema?
- Podies explicar-nos quines coses haurien de passar abans perquè això passés?
- Què penses que sent ?
- Què penses que fa?
- Què sents quan diu?



TRANSFORMADORES (III): PREGUNTES HIPOTÈTIQUES

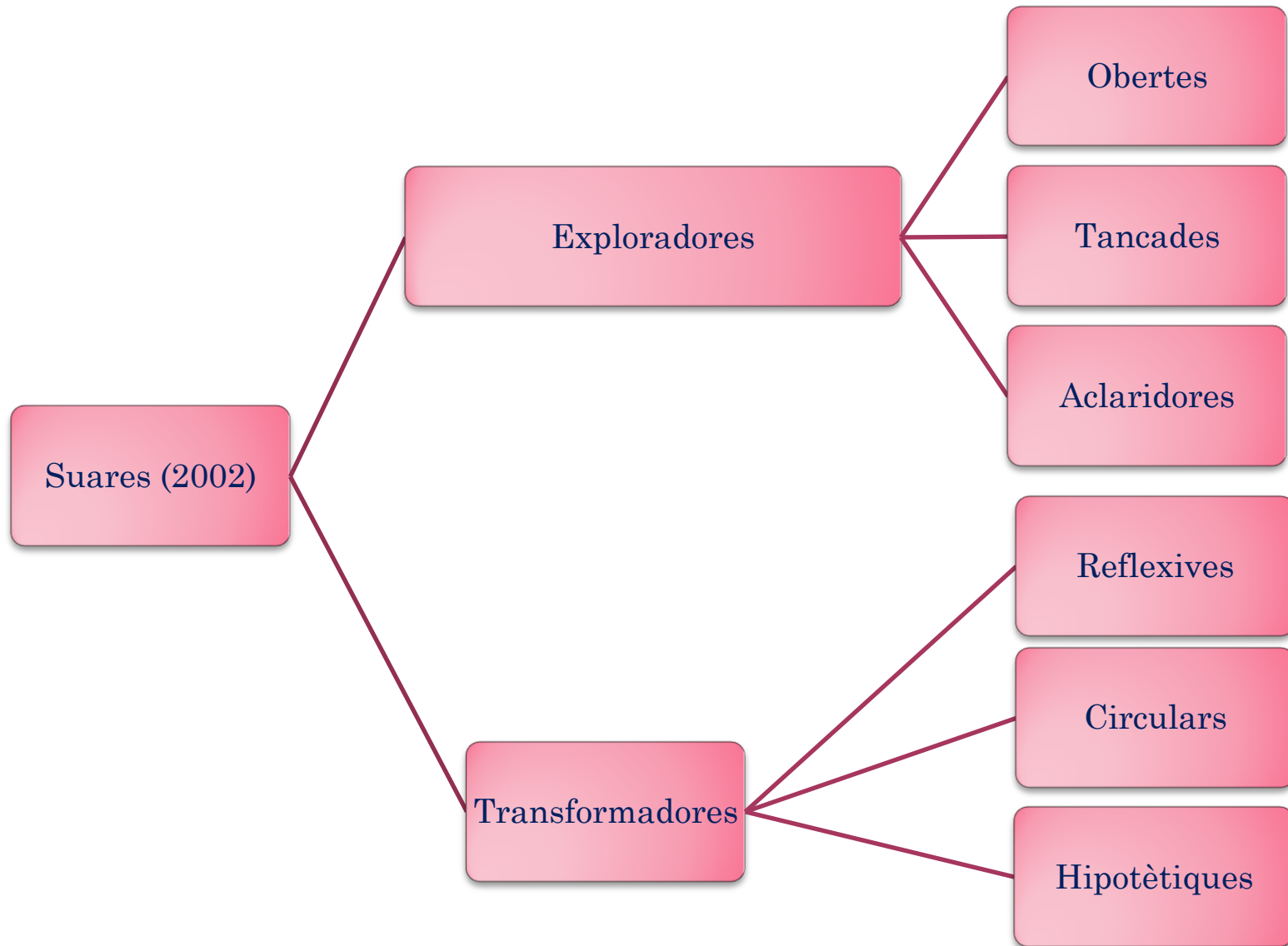
Són preguntes orientades a crear possibilitats i acostar a les parts.

També es poden emprar per fer avançar el procés entre les parts, quan estan molt enrocades.

Una altra opció és facilitar i ampliar l'escenari d'opcions entre les parts.



A MODE DE RESUM



HAYNES & HAYNES (2006)

Distingeixen:

- **D'informació:** per obtenir dades i referències.
- **D' aclariment:** per concretar idees que no s'han entès o que són complexes i es necessiten tractar.
- **De justificació:** per aclarir alguna qüestió.
- **Hipotètiques:** per fer reflexionar, ja sigui una o les dues parts.
- **Estimulants:** fomenten alternatives i/o opcions.
- **De participació:** per animar que es manifestin noves idees i necessitats.
- **D'enfocament:** per tornar la conversa a temes clau.



PREGUNTES D'INFORMACIÓ (HAYNES & HAYNES, 2006)

La seva principal finalitat és obtenir informació.



Exemple: Quin creus que és el problema?



Exemple: Has participat en un procés de mediació?



PREGUNTES D'ACLARIMENT (HAYNES & HAYNES, 2006)

Són preguntes que busquen disposar de més informació per comprendre la narrativa de les parts.

També es poden emprar com estratègia per mostrar interès sobre el què exposa cada una de les parts.

Exemples:

- Què vols dir, quan dius ...?
- Em podries explicar aquest fet que m'acabes de comentar amb una mica més de detall?



PREGUNTES HIPOTÈTIQUES (HAYNES & HAYNES, 2006)

Són preguntes orientades a:

1. Fer reflexionar a les parts.
2. Crear possibilitats per a facilitar l'acostament de les dues parts.
3. Procurar avançar el procés de la mediació entre les parts, quan aquestes estan molt enrocades.
4. Facilitar ampliar l'escenari de possibles opcions.

Exemples:

- Si s'optés per aquesta possible solució, què creus que passaria? (Es fa la mateixa pregunta a l'altra part).
- Si t'hagués succeït aquest fet, què hauries fet?
- Si t'hagués passat el que s'acaba d'explicar, què pensaries?
- Fins a on esteu disposats a arribar?



PREGUNTES ESTIMULANTS (HAYNES & HAYNES, 2006)

Són preguntes obertes i amb la finalitat de generar conversa i comunicació entre les parts.

Exemples:

- Hi ha alguna altra manera de solucionar-ho?
- Quantes possibles alternatives podríeu trobar?
- Quin moment positiu destacaríeu que heu viscut en comú?



PREGUNTES DE PARTICIPACIÓ (HAYNES & HAYNES, 2006)

Són preguntes que busquen la implicació d'una o de les dues parts, ja sigui per manifestar idees, desitjos o necessitats.

Exemple:

- Què us sembla si penseu en aquestes opcions que s'han tractat i, en la propera trobada, en parlem, d'acord?



PREGUNTES D'ENFOCAMENT (HAYNES & HAYNES, 2006)

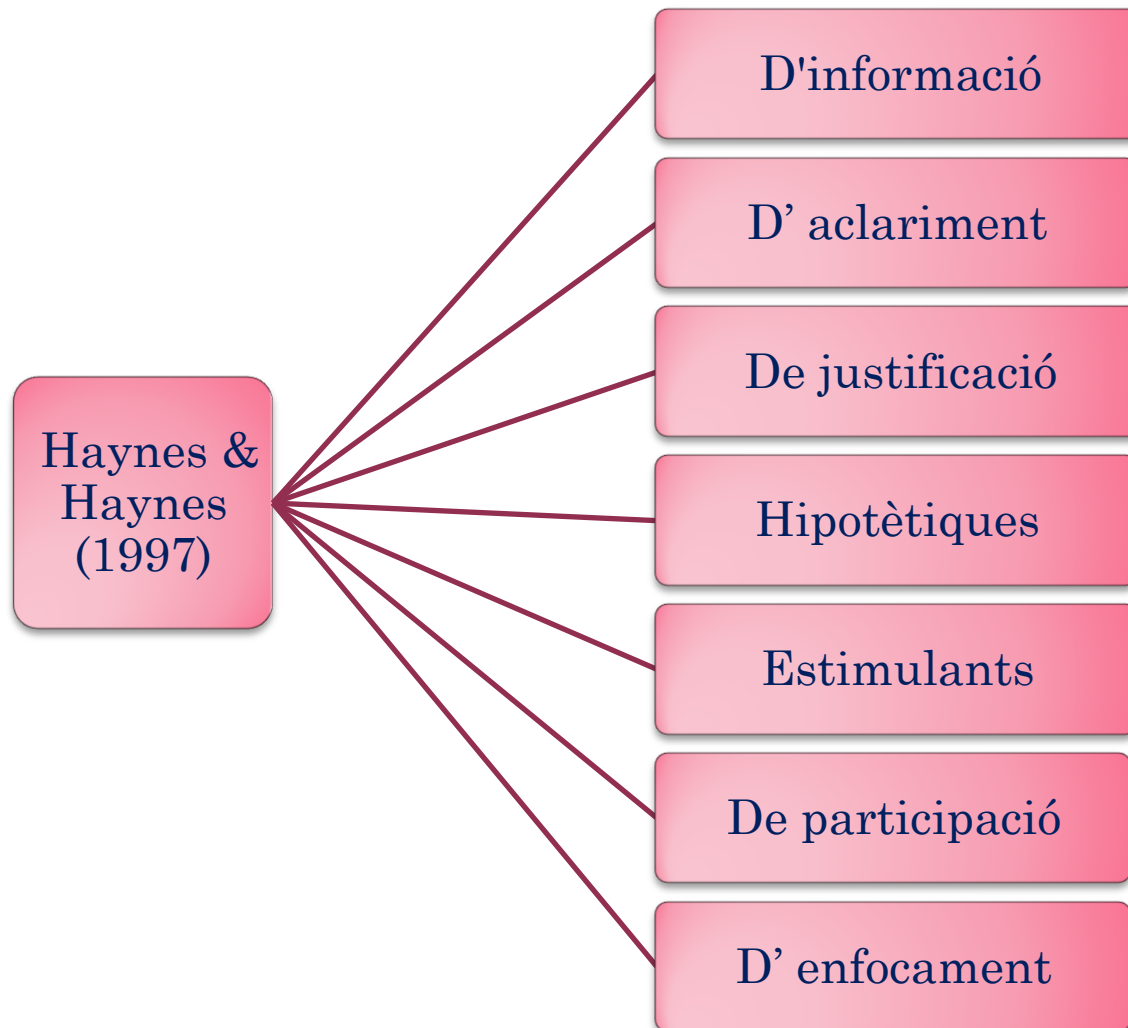
Són qüestions que volen ajudar a reconduir la comunicació o derivar-la cap a d'altres temes més propers a l'objectiu de la sessió.

Exemples:

- Quin és l'objectiu d'abordar aquest tema?
- Què us semblaria si parlem de...?



A MODE DE RESUM



PREGUNTES QUE BUSQUEN INTERESSOS SUBJACENTS

Butts (2014) les defineix com les preguntes que acompanyen a la paràfrasi, en què es demana a una de les parts que confirmi si el que diu el professional de la mediació és correcte.

El o la professional de la mediació busca corroborar els fets i l'aprovació de les parts per a facilitar el seu acostament (Vacas et al., 2021).

Exemples:

- Què voldries aconseguir amb això?
- Si l'altra part estigués d'acord amb la teva proposta, quins problemes es resoldrien?
- De la proposta que s'ha fet, què és el que no t'agrada?



REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Birkenbihl, M. (2008). *Formación de formadores*. Editorial Paraninfo.
- Butts Griggs, T. (2014). Calidad y ética en la formación de mediadores: reflexiones sobre el estado actual y cómo podemos mejorar. En *Mediación es justicia. El impacto de la Ley 5/2012, de mediación civil y mercantil: actas del III Simposio "Tribunales y Mediación"* (pp. 141-148). Huygens.
- Haynes, J., & Haynes, G. (2006). *La mediación en el divorcio*. Granica.
- Redorta, J. (2007). *Cómo analizar los conflictos: la tipología de conflictos como herramienta de mediación*. Paidós.
- Redorta, J. (2012). *No más conflictos*. Paidós.
- Suares, M. (2002). *Mediando en sistemas familiares*. Paidós.
- Suares, M. (2005). *Mediación: conducción de disputas, comunicación y técnicas de mediación*. Paidós.
- Suares, M. (2013). *El espejo de los mediadores*. Paidós.
- Vacas, E. M. C., Ruiz, B. R., & Hernández, J. A. R. (2021). Fundamentación, descripción y análisis del cuestionario situacional de estrategias y metas de resolución de conflictos escolares. *Pedagogía social: revista interuniversitaria*, (37), 7.
- Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (2011). *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*. Herder Editorial.

