

Gamificando o Feedback com foco na Comunicação Autêntica

Jaqueline de Oliveira Ferreira

Resumo:

Este trabalho apresenta a implantação de gamification para realização de feedbacks como um mecanismo para evolução da maturidade na comunicação entre os times e seus gestores. As técnicas de comunicação autêntica foram utilizadas para identificar e aprimorar os relacionamentos pessoais e profissionais. Neste sentido, a união dessas duas técnicas trouxe lições aprendidas, fatores de sucesso e melhorias que serão mencionadas nesse estudo de caso. “A menos que nos tornemos a mudança que desejamos ver acontecer no mundo” (como diria meu avô), nenhuma mudança jamais acontecerá. Infelizmente, estamos todos esperando que os outros mudem primeiro.” Marshal B. Rosenberg

Palavras-chaves: feedback, comunicação, gamification.

1. INTRODUÇÃO

Conforme o gráfico 1 de Scott W. Ambler percebe-se que quanto mais quente é o canal de comunicação maior é a efetividade da comunicação. Nesse sentido, a comunicação entre duas pessoas conversando no quadro branco é muito mais efetiva do que pessoas conversando ao telefone, trocando áudios por WhatsApp ou mensagens por e-mail. Entendendo de que em um projeto a comunicação deve ser eficaz para o seu sucesso, este trabalho visa a identificação e o aprimoramento do feedback utilizando técnicas de comunicação autêntica potencializados pelo uso de gamification.

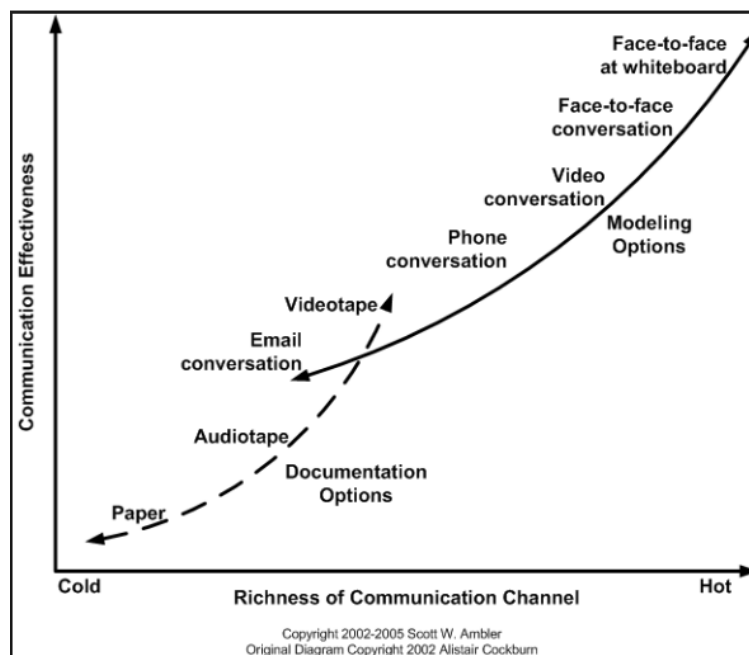


Gráfico 1: Meios de Comunicação e sua efetividade

A Xidar é uma empresa de engenharia que também presta serviços de tecnologia oferecendo soluções digitais de alta qualidade. No início de 2015, a empresa apostou na macro diversificação e conquistou um novo sócio para capitalizar seus negócios: uma revendedora de produtos Caterpillar e também com capital 100% nacional.

Sua missão é transformar conhecimento técnico-científico em resultados; sua visão é ser provedora Top of Mind de soluções tecnológicas para problemas complexos e seus valores é de relação de longo prazo, agilidade, ética, desafio, inovação, foco no ser humano e comprometimento.

A organização é uma das 7 empresas brasileiras avaliadas no CMMI Dev 1.3 level 5, além de ocupar o ranking entre as Melhores Empresas para se trabalhar na América Latina (Grace Place To Work) e a marca concedida pelo CGU para apenas 25 empresas no Brasil “PRO ÉTICA”.

2. O PROBLEMA

Como a maioria das organizações, a Xidar também sofre com problemas comuns nas equipes dos projetos, como por exemplo: falta de comunicação, comunicação interrompida e quebra do fluxo contínuo da comunicação.

Atualmente, a organização possui um projeto de feedback anual que além de ser insuficiente não atende satisfatoriamente a todos os funcionários, ocasionando a saída de bons colaboradores que aceitam ofertas de empresas cujo marketing é divulgar um conjunto de boas práticas para relacionamentos mais efetivos e um dia a dia de trabalho mais prazeroso.

Outro fator muito contributivo para a rotatividade de funcionários é a falta de capacitação para realização do feedback e a falta de visão da empresa em contribuir para o autoconhecimento do indivíduo e o amadurecimento de uma comunicação profunda.

Outro agravante fator é que a organização não tem visibilidade de quais profissionais não estão interessados em uma comunicação mais efetiva, resultando em um clima desconfortável para algumas equipes.

Acredita-se que a gamificação possa envolver e comprometer os times e mostrar, de forma descontraída, que a utilização do feedback contínuo contribui para melhores resultados de qualidade e produtividade nos projetos. Alguns profissionais já estão comprovando que pessoas e profissionais quando usam estas técnicas, iniciam um caminho para relacionamentos com mais empatia e compaixão [1].

O estudo foi desenvolvido com as pessoas que trabalham na área de desenvolvimento de software da Xidar: engenheiros, analistas de software, analistas de processos, gerente, coordenador e estagiários.

2. Comunicação Não Violenta, Comunicação Autêntica, Comunicação Empática

A Comunicação Não Violenta (CNV) foi criada pelo psicólogo estadunidense, Marshall Rosenberg (1934-2015), na década de 1960, em seu trabalho com orientador educacional em escolas e universidades que enfrentavam o desafio de superar a segregação racial. A técnica foi sistematizada pelo psicólogo e, hoje, é aplicada com o objetivo de melhorar as relações interpessoais e buscar a resolução pacífica de conflitos [1].

O que é a CNV — É um processo poderoso para inspirar conexões e ações compassivas. Ela oferece uma estrutura básica e um conjunto de habilidades para abordar os problemas

humanos, desde os relacionamentos mais íntimos até conflitos políticos globais. A CNV pode nos ajudar a evitar conflitos, bem como a resolvê-los pacificamente. A CNV ajuda a nos concentrarmos nos sentimentos e necessidades que todos temos, em vez de pensarmos e falarmos segundo rótulos desumanizadores ou outros padrões habituais — que são facilmente ouvidos como exigências e como antagônicos, e que contribuem para a violência contra nós mesmos, os outros e o mundo à nossa volta. A CNV capacita as pessoas a se envolverem num diálogo criativo, de modo que elaborem suas próprias soluções plenamente satisfatórias.

De onde veio a CNV — Marshall B. Rosenberg desenvolveu inicialmente o processo da CNV em 1963, e o tem aperfeiçoado continuamente desde então. Rosenberg tomou conhecimento da violência ainda muito jovem e desenvolveu um forte desejo de compreender o que contribuía para que as pessoas fossem violentas umas com as outras, e de explorar que tipos de linguagem, pensamento e comunicação poderiam oferecer alternativas pacíficas à violência que ele encontrava. Seu interesse o levou à universidade, onde ele se doutoraria em Psicologia Clínica. De início, usou a CNV para apoiar comunidades que tentavam integrar pacificamente escolas e outras instituições públicas na década de 1960. Seu trabalho nesses projetos colocou-o em contato com pessoas de várias cidades dos Estados Unidos que desejavam levar seu treinamento a uma ampla base de indivíduos em suas comunidades. Para atender a essa necessidade e difundir mais eficazmente o processo da CNV, em 1984 ele fundou o Centro para a Comunicação Não-Violenta (CNVC). Desde então, criou muito material de estudo, incluindo dois livros em edições comerciais: Comunicação não-violenta — aprimorando seus relacionamentos pessoais e profissionais e Life-enriching education.

Comunicacao Nao-Violenta - Marshall B. Rosenberg

Vivemos na era da informação, em um mundo altamente conectado e com ambientes de trabalho cada vez mais diversos. Nesse contexto, as relações importam. O clima do ambiente de trabalho importa. As pessoas querem sentir que fazem parte, que são úteis e que podem confiar nas pessoas que trabalham ao seu lado.

Porém, muitas vezes por falhas e ruídos na comunicação, acontecem desentendimentos que impactam resultados de equipes inteiras. Para isso, é importante apostar no desenvolvimento de habilidades que aumentem a transparência e engajamento das pessoas, a capacidade de demonstrar empatia é uma das mais poderosas nesse sentido.

<https://institutotie.com.br/comunicacao-empatica/>

3. GAMIFICAÇÃO

Também conhecida como ludificação, a gamification pode ser usada como uma estratégia para ajudar a despertar interesse e engajar pessoas com o intuito de chegar a um objetivo, resultado, conclusão. A técnica pode ser usada em diversas frentes e por isso é importante estudar o que motiva o time com o qual se vai trabalhar para acertar na escolha do jogo, nos elementos do jogo, nas técnicas de design, pontuação, recompensas.

Para acompanhar se os objetivos estão sendo alcançados na gamificação feedbacks constantes devem ser realizados para entender, motivar, melhorar e engajar.

Brian Burke acredita que a gamificação ainda vai se desenvolver por muitos anos e alerta que muitas empresas não entendem como implementá-la adequadamente.

“Gamification has tremendous potential, but right now most organizations aren't getting it right. The road to gamification success is full of pitfalls, and many companies don't understand how critical player motivation is to success. Brian Burke”

O foco da gamificação é o objetivo traçado pela organização, líder ou time que foi estabelecido para chegar a um comportamento, a uma mudança ou a uma meta.

De acordo com a Gartner, a gamificação tornou-se uma parte essencial de qualquer estratégia de negócios como uma forma de motivar pessoas e superar barreiras de escala, tempo, distância, conectividade e custo. Líderes empresariais digitais estão usando gamification para agregar valor à oferta de produtos, para aumentar o engajamento dos funcionários e impulsionar a inovação.

<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2014-04-08-gartner-reveals-how-gamification-drives-digital-business>

Os elementos de game mais usados em jogos em contextos de trabalho são:

- 1) Programas de pontuação – O esforço do colaborador é associado a um benefício individual e não só ao resultado da empresa.
- 2) LeaderBoards- Um painel com um ranking ou o posicionamento do tabuleiro (conceito usado na definição deste jogo) funcionando como um feedback instantâneo de quanto falta para conquistar os objetivos.
- 3) Colaboração interativa – Ajudar e pedir ajuda são características essenciais de um jogo. Neste jogo, para conseguir alcançar as metas o time deve se ajudar no compartilhamento das tarefas.
- 4) Estimula a competitividade – A competitividade com foco nos elementos lúdicos (o tabuleiro, os avatares e os badges neste jogo).
- 5) Divulgação dos méritos alcançados – O reconhecimento é fundamental para engajar as pessoas no jogo, este reconhecimento é representado pelo feedback nos diversos ciclos do jogo.

4. Fractal

O fractal é uma estrutura geométrica ou física, e geralmente são muito similares em diferentes níveis de escala, porém nos fractais naturais essa característica é limitada em função da escala. O objeto é composto por partes reduzidas com forma semelhantes à dele próprio. O nome deriva do Latim fractus, que significa quebrado ou fraturado. Várias estruturas naturais são do tipo fractal, são igualmente complexas no detalhe e na forma global. A dimensão de um fractal não é necessariamente um número inteiro, podendo ter dimensão fracionária.

<https://www.infoescola.com/matematica/geometria-fractal/>

A ideia do fractal é apontar de forma visual e objetiva características profissionais olhando as dimensões individuais, time e organizacional. Rapidamente, olhando o fractal podemos perceber onde precisamos melhorar e o que nos destacamos. O Gráfico de radar detalha em que dimensão esta melhoria e ponto fraco deve ser observada, complementando a análise.

5. Componentes da Comunicação Não Violenta

Os critérios utilizados no jogo foram divididos nos quatro componentes da CNV:

1. Observar sem julgar
2. Sentimentos
3. Necessidade
4. Pedido

A CNV nos ajuda a reformular a maneira pela qual nos expressamos e ouvimos os outros. Nossas palavras, em vez de serem reações repetitivas e automáticas, tornam-se respostas conscientes, firmemente baseadas na consciência do que estamos percebendo, sentindo e desejando. Somos levados a nos expressar com honestidade e clareza, ao mesmo tempo que damos aos outros uma atenção respeitosa e empática.

Primeiramente, observamos o que está de fato acontecendo numa situação: o que estamos vendo os outros dizerem ou fazerem que é enriquecedor ou não para nossa vida? O truque é ser capaz de articular essa observação sem fazer nenhum julgamento ou avaliação — mas simplesmente dizer o que nos agrada ou não naquilo que as pessoas estão fazendo. Em seguida, identificamos como nos sentimos ao observar aquela ação: magoados, assustados, alegres, divertidos, irritados etc. Em terceiro lugar, reconhecemos quais de nossas necessidades estão ligadas aos sentimentos que identificamos aí. Temos consciência desses três componentes quando usamos a CNV para expressar clara e honestamente como estamos.

Comunicacao Nao-Violenta - Marshall B. Rosenberg

É preciso que saibamos expressar o que de fato estamos pedindo e não o que não estamos pedindo. Quando a gente pede um “não fazer”, as pessoas ficam confusas quanto ao que realmente está sendo pedido. Além disso, a solicitação negativa pode provocar resistência em seu ouvinte.

<http://www.oespaco.net/2017/12/cnv-cap-6-pedindo-aquilo-que-enriquecera-nossa-vida.html>

4. O jogo

Devido a saída de tantos colaboradores importantes para a empresa, causando preocupação e clima de insegurança em algumas equipes, um grupo foi convidado e aceitou fazer parte desse estudo de caso utilizando a gamificação como método para realização de feedbacks contínuos agregando as técnicas para uma comunicação autêntica.

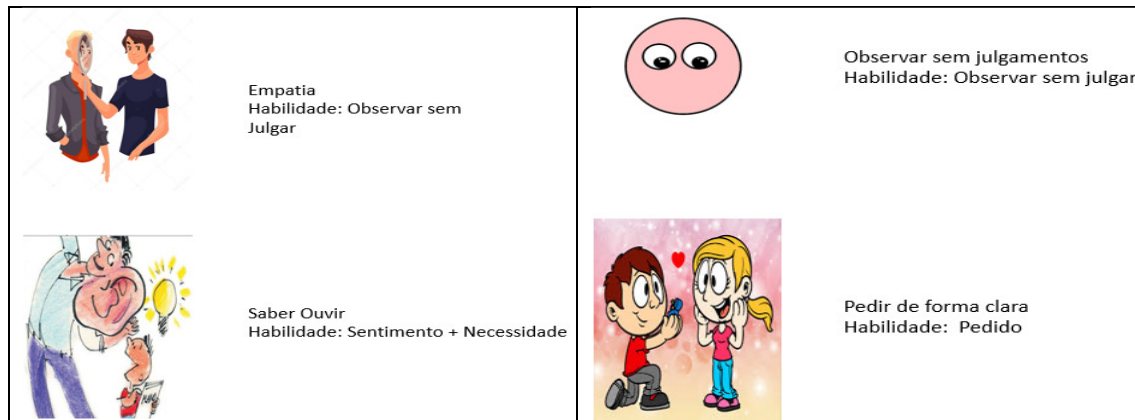
O jogo começou com a escolha livre de avatares e foi feita uma divisão em dois times. As tarefas estão fixadas ao tabuleiro abaixo que possui uma trilha com treinamentos para uma comunicação autêntica, feedbacks em formulários, feedbacks comunicativos e experiência compartilhada.

Cada ciclo do tabuleiro, representado por um número sequencial, equivale a uma quinzena. Dentro de cada ciclo os participantes do time passarão por atividades e nelas badges serão conquistados conforme as regras do jogo.

4.2 Badges

Acredita-se que em estratégias de gamification a competitividade funciona a partir de conquistas traçadas em uma competição individual ou do grupo com ele próprio. O elemento do jogo utilizado foi elaborado por meritocracia e não pela derrota de outro.

Os badges foram escolhidos para representar princípios da comunicação não violenta. As conquistas dependem das regras do jogo. São eles:



4.3 Regras do Jogo

Comprovado no resultado que todos ganham apenas ao iniciar o jogo, os badges ilustrativos e cheios de emoção trazem mais um ganho quando se oferece ou se ganha. É esperado ganhos como: empatia, compaixão, engajamento e um clima muito agradável a organização.

Os badges podem ser conquistados de três formas:

- 1) A cada ciclo, cada participante pode entregar um badge a qualquer integrante de qualquer time. O limite é de 1 badge por pessoa por ciclo.
- 2) No primeiro feedback os participantes ganharão badges correspondentes ao percentual de habilidade do formulário com fractal, acima de 60% na média para cada habilidade.
- 3) Nos demais feedbacks os participantes ganharam badges correspondentes as habilidades de acordo com as metas de melhoria traçadas para cada um.

A tabela abaixo foi detalhada e explicada ao time, assim como sua devida importância para o desenvolvimento das habilidades nos feedbacks. Não foram definidos pontos para as tarefas do Tabuleiro. Porém ficou entendido que para um resultado significativo e o para ganho dos bagdes a execução das tarefas são de extrema importância.

Atividade	Descrição/ Link Atividade	Classificação
Ciclo 1		
Entendendo o que é Comunicação Não Violenta		
T	Assistir ao vídeo da Carolina Nalon, especialista em Comunicação Não Violenta: https://www.institutonetclaroembratel.org.br/cidadania/nossas-novidades/videos/o-que-e-comunicacao-nao-violenta/?utm_source=facebook&utm_medium=timeline&utm_campaign=fbposts	Comprometido
F	Gestor: Preencher a auto avaliação no formulário do feedback e a avaliação do time. Integrantes do Time: Preencher a auto avaliação e avaliação do gestor.	Muito Comprometido
C	15 minutos de conversas sobre o feedback preenchido lembrando das lições do que é CNV: cada integrante do time + gestor	Engajado
Ciclo 2		
Como ter empatia?		
T	Assistir ao vídeo da consuelodicaboa com dicas sobre empatia: https://www.facebook.com/consuelodicaboa/videos/1599846773398225/UzpfSTEwMDAwMDUwNTkwODIyODoyMTgxNjgxNDY1MTkyMDI5/?q=consuelo%20%23dicaboa	Comprometido
E	Compartilhe com o time experiência, artigos, textos, vídeos, sobre a CNV .	Muito Comprometido
Ciclo 3		
Comunicação Autêntica - Parte I		
F	Gestor: Preencher a auto avaliação no formulário do feedback e a avaliação do time. Integrantes do Time: Preencher a auto avaliação e avaliação do gestor.	Comprometido
C	15 minutos de conversas sobre o feedback preenchido lembrando das lições do que é CNV: cada integrante do time + gestor	Engajado
T	Increr-se no minicurso da Carolina Nalon e assistir: http://app.getresponse.com/click.html?x=a62b&lc=B9fsy3&mc=IV&s=mMYSdS&u=IWaz&y=v&	Super Comprometido
Ciclo 4		
Comunicação Autêntica - Parte I		
E	Compartilhe com o time experiência, artigos, textos, vídeos, sobre a CNV .	Muito Comprometido
F	Gestor: Preencher a auto avaliação no formulário do feedback e a avaliação do time. Integrantes do Time: Preencher a auto avaliação e avaliação do gestor.	Comprometido
C	15 minutos de conversas sobre o feedback preenchido lembrando das lições do que é CNV: cada integrante do time + gestor	Engajado
Ciclo 5		
Compartilhar Lições aprendidas e resultados com a organização.		
1	Para todos: Evolua para uma comunicação profunda com você com a sociedade, cheia de empatia, compaixão: Comunicação Nao-Violenta - Marshall B. Rosenberg	-
2	Para a organização, treinamento de comunicação empática: https://institutotie.com.br/comunicacao-empatica/	-

figura 2: Tarefas do jogo

4.4 Atividade F – Preencher o Formulário de Feedback

Em conjunto com as técnicas para uma comunicação não violenta, foi elaborado um formulário utilizando fractal como mecanismo de auto avaliação e avaliação do gestor para o time e do time para o gestor, utilizando critérios para avaliar habilidades nos quatro componentes da comunicação não violenta.

O formulário, representado pelas figuras abaixo, foi idealizado e elaborado junto com um dos participantes do jogo com o perfil de Gestor; que possui experiência em gamification e gestão.

Foram incluídos critérios básicos para que o participante refletisse como ele se comunica como indivíduo, como é a forma de comunicação dele no time e na organização. Além disso, foi solicitado que o participante do time fizesse essa mesma reflexão utilizando os mesmos critérios para observar seu gestor a cada ciclo do game.

Os critérios foram divididos nos quatro componentes da CNV:

5. Observar sem julgar
6. Sentimentos
7. Necessidade
8. Pedido

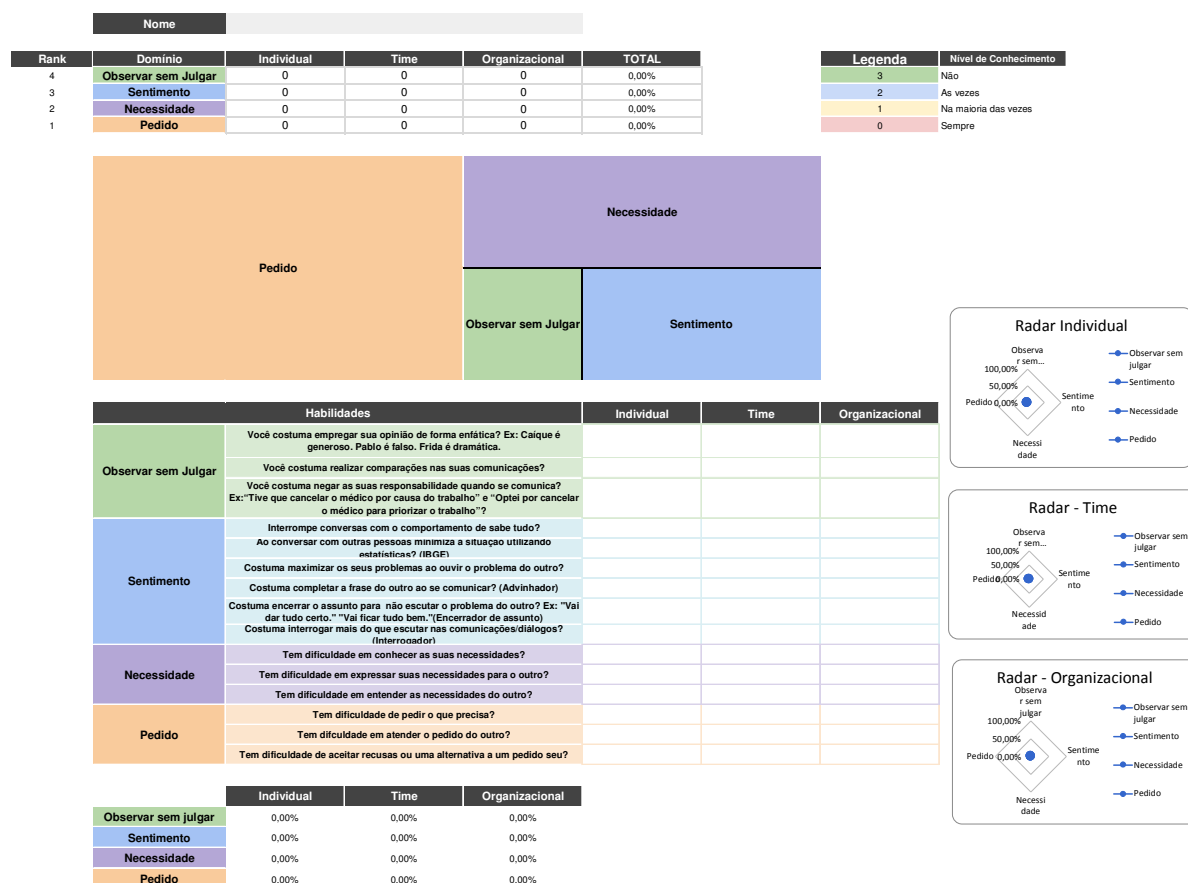


Figura 3: Formulário de Feedback

5.4 Recompensa

Considerando que na gamificação a performance deve ser o critério para recompensas e não a simples participação no jogo, os participantes que alcançarem a meta estabelecida para si ganharão um almoço de integração.

A pontuação não foi usada neste jogo por estar de forma intrínseca na avaliação de cada critério dos componentes da Comunicação não Violenta (CNV), a pontuação de cada jogador está definida no fractal individual e do gestor.

6. RESULTADOS ALCANÇADOS

O game foi iniciado nesta semana e apenas o primeiro treinamento e feedback foram realizados. Entretanto, como resultado qualitativo, logo após essas primeiras tarefas, percebeu-se que todos os participantes estavam bem animados com os resultados quando corrigiam ou interrompiam suas falas para se comunicar de forma adequada. O clima ficou mais agradável e as pessoas trocam gestos de empatia e compaixão chamando a atenção dos demais colaboradores.

6.1 Resultados Fractal - Ciclo 1

Fractal - Exemplo de fractal preenchimento

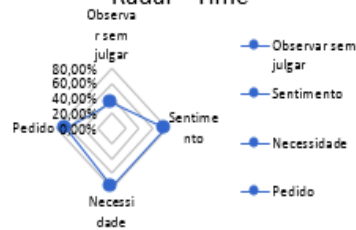


Anadia – Auto Avaliação

Radar Individual



Radar - Time



Radar - Organizacional



Anadia – Avaliação do Time

Radar Individual



Radar - Time



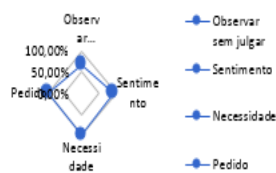
Radar - Organizacional



Radar Individual



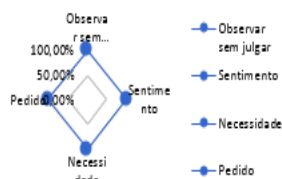
Radar - Time



Radar - Organizacional



Radar Individual



Radar - Time



Radar - Organizacional

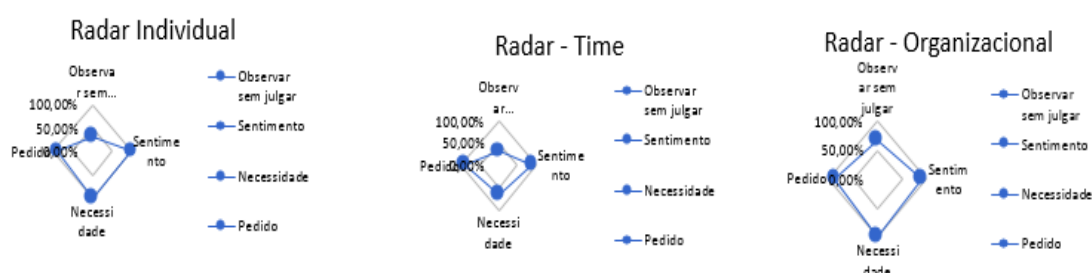


Conclusão: Anadia estabeleceu a meta de trabalhar o componente – **Observar sem Julgar** individualmente e no Time para trabalhar no novo ciclo.

Vampira – Auto Avaliação

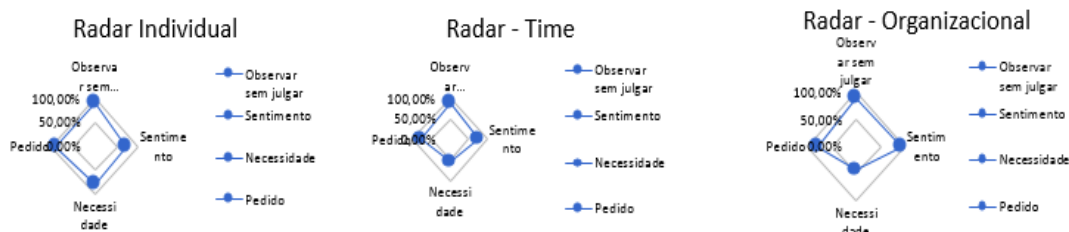


Vampira – Avaliação do Gestor

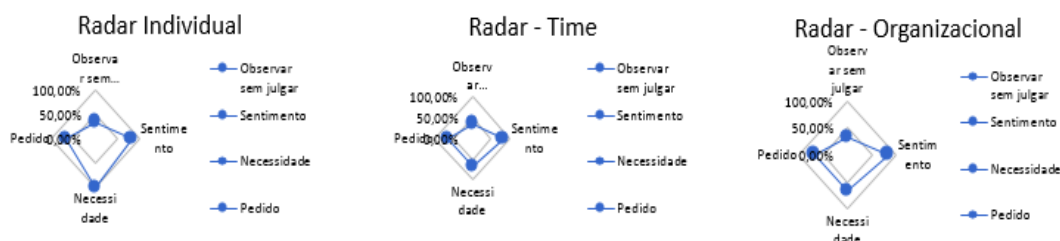


Conclusão: Vampira estabeleceu a meta de trabalhar o componente – Observar sem julgar para trabalhar novo ciclo.

Felícia – Auto Avaliação

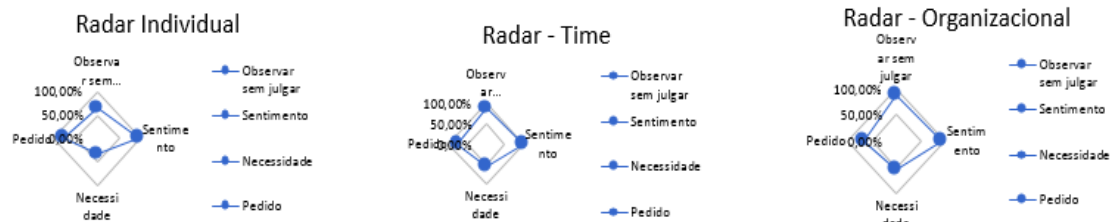


Felícia – Avaliação do Gestor

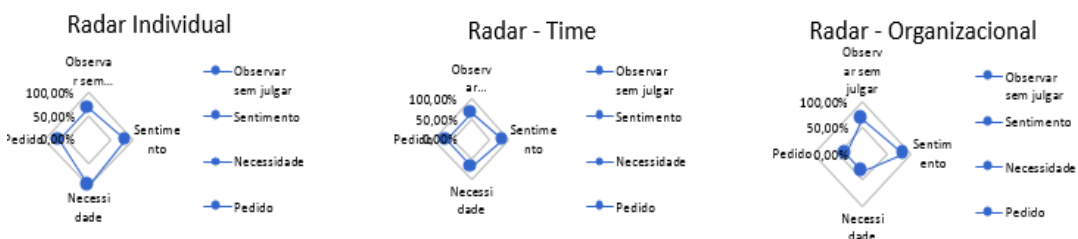


Conclusão: Felícia estabeleceu a meta de trabalhar o componente – Observar sem Julgar individualmente e no Time para trabalhar no novo ciclo.

Daenerys Targaryen – Auto Avaliação

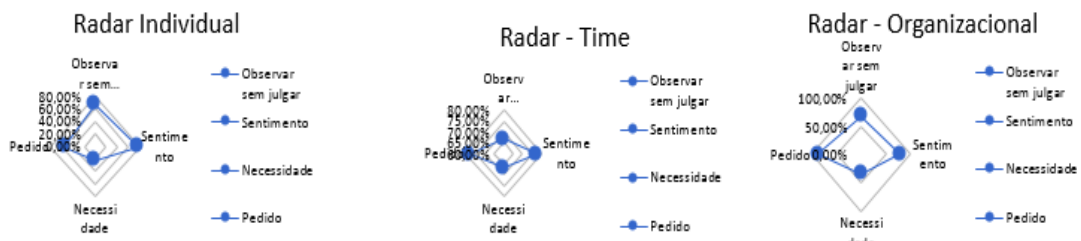


Daenerys Targaryen – Avaliação do Gestor

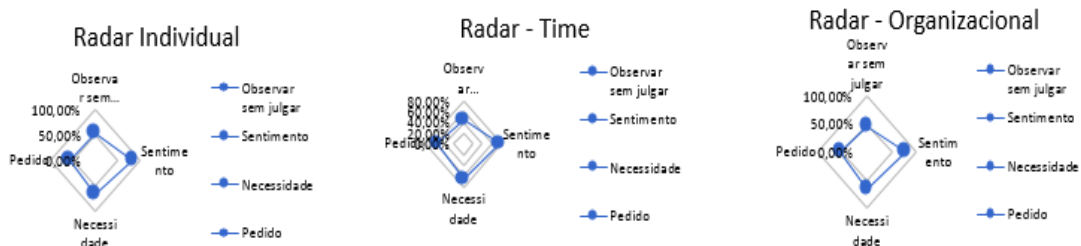


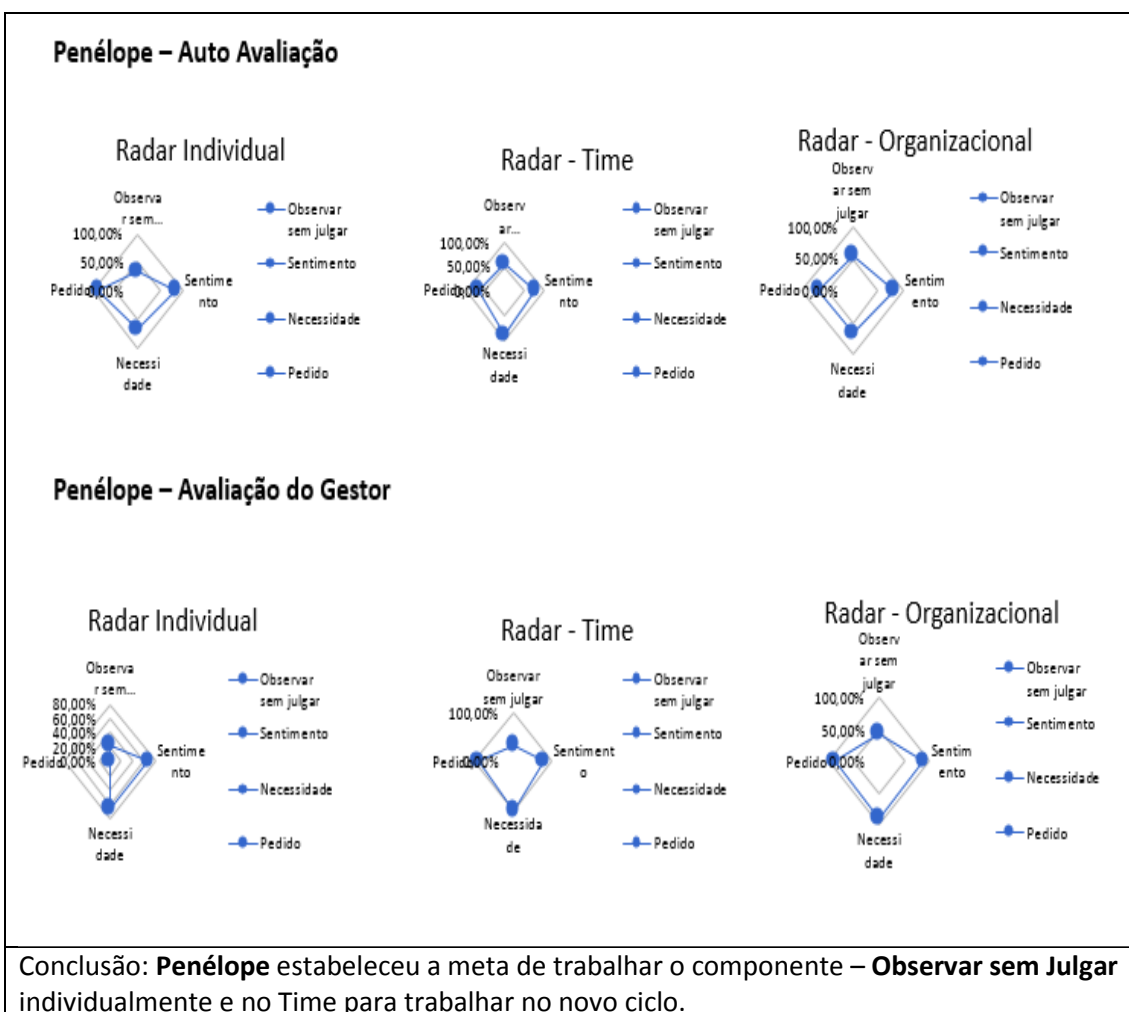
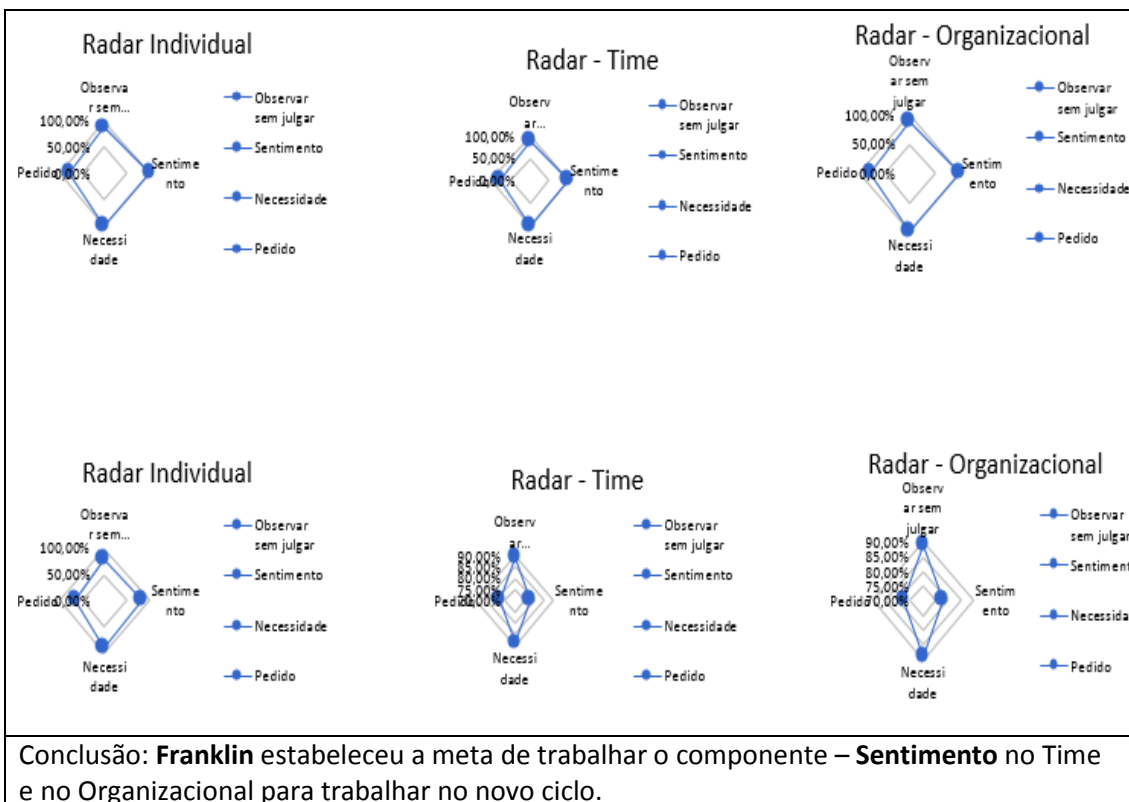
Conclusão: **Daenerys** estabeleceu a meta de trabalhar o componente – **Necessidade** no Time e no Organizacional para trabalhar no novo ciclo.

Franklin – Auto Avaliação

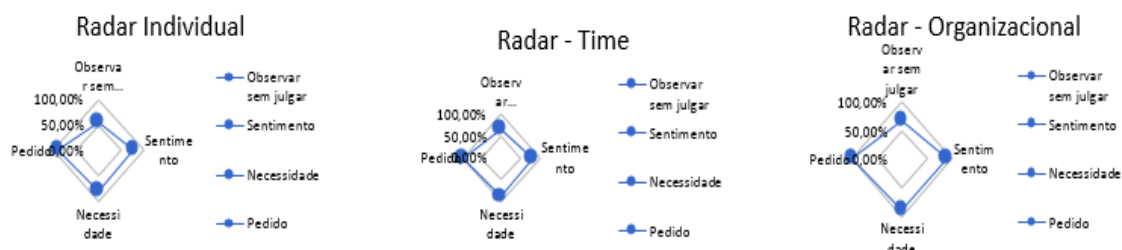


Franklin – Avaliação do Time

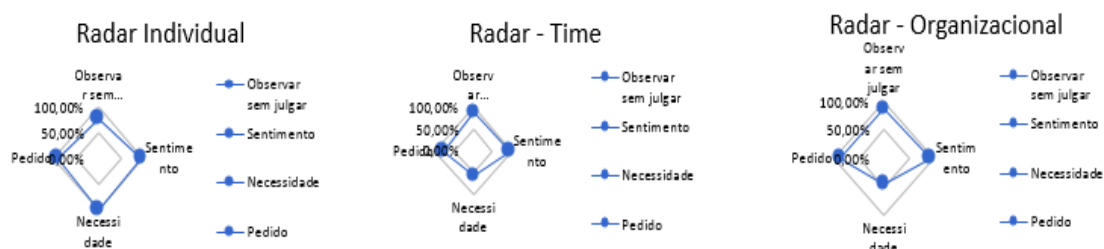




Vegeta – Auto Avaliação



Vegeta – Avaliação do Gestor

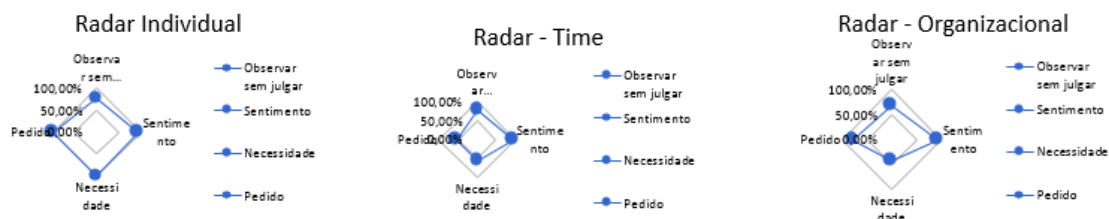


Conclusão: **Vegeta** estabeleceu a meta de trabalhar o componente – **Necessidade** Time e no Organizacional para trabalhar no novo ciclo.

Elza – Auto Avaliação



Elza – Avaliação do Gestor



Conclusão: **Elza** estabeleceu a meta de trabalhar o componente – **Necessidade** no Time e no Organizacional para trabalhar no novo ciclo.









Para os próximos participantes do jogo os fractais de cada jogador não serão incluídos no artigo e estarão disponíveis no excel.

6.2 Simulação dos resultados

A tabela abaixo representa as atividades previstas para os demais ciclos para comparação de resultados qualitativos e quantitativos. As metas serão estabelecidas na tarefa de comunicação pós feedback.

A pontuação foi calculada considerando a média dos feedbacks dados.

Tabela 1: Tarefas executadas

Participantes	Ciclo 1					Ciclo 2			Ciclo 3					Ciclo 4		
	T	Fractal	C	Meta	BADGES	T	E	BADGES	Fractal	C	T	Meta	BADGES	E	Fractal	C
Anadia	X	X	X	X												
Vampira	X	X	X	X												
Daenerys Targarye	X	X	X	X												
Felicia	X	X	X	X												
Franklin	X	X	X	X												
Penélope	X	X	X	X												
Vegeta	X	X	X	X												
Elza	X	X	X	X												

Percentual Fractal						
Participantes	Componentes	Autoavaliação	Felicia	Vampira	Danyeres	Média
Anadia	Observar Sem Julgar	44,44%	74,07%	66,67%	66,67%	62,96%
	Sentimento	77,78%	92,59%	85,19%	85,19%	85,19%
	Necessidade	81,48%	92,59%	77,78%	77,78%	82,41%
	Pedido	74,07%	100,00%	85,19%	85,19%	86,11%
Participantes	Componentes	Autoavaliação	Penélope	Vegeta	Elza	
Franklin	Observar Sem Julgar	66,67%	48,15%	88,89%	85,19%	72,22%
	Sentimento	77,78%	79,63%	100,00%	79,63%	84,26%
	Necessidade	40,74%	66,67%	100,00%	88,89%	74,07%
	Pedido	74,07%	55,56%	77,78%	74,07%	70,37%
Time	Componentes	Autoavaliação	Gestor	Média		
Vampira	Observar Sem Julgar	44,44%	44,44%	44,44%		
	Sentimento	87,04%	92,59%	89,81%		
	Necessidade	74,07%	88,89%	81,48%		
	Pedido	66,67%	88,89%	77,78%		
Daenerys Targaryen	Observar Sem Julgar	81,48%	66,67%	74,07%		
	Sentimento	96,30%	83,33%	89,81%		
	Necessidade	48,15%	66,67%	57,41%		
	Pedido	74,07%	55,56%	64,81%		
Felicia	Observar Sem Julgar	88,89%	33,33%	61,11%		
	Sentimento	81,48%	83,33%	82,41%		
	Necessidade	59,26%	77,78%	68,52%		
	Pedido	81,48%	66,67%	74,07%		
Vegeta	Observar Sem Julgar	62,96%	85,19%	74,07%		
	Sentimento	83,33%	94,44%	88,89%		
	Necessidade	85,19%	66,67%	75,93%		
	Pedido	96,30%	85,19%	90,74%		
Penelope	Observar Sem Julgar	48,15%	33,33%	40,74%		
	Sentimento	81,48%	77,78%	79,63%		
	Necessidade	74,07%	85,19%	79,63%		
	Pedido	74,07%	59,26%	66,67%		
Elza	Observar Sem Julgar	77,78%	74,07%	75,93%		
	Sentimento	70,37%	94,44%	82,41%		
	Necessidade	77,78%	66,67%	72,22%		
	Pedido	74,07%	77,78%	75,93%		

Figura 5: Percentual médio do fractal

O tabuleiro resultante do ciclo 1, com todos os participantes para iniciar o ciclo 2 .



Figura 6: Tabuleiro do ciclo 1

7. LIÇÕES APRENDIDAS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Existe um vasto caminho para aprendermos a nos comunicar com empatia e compaixão, afinal não fomos e não somos preparados para isso, não estudamos para nos comunicar de forma autêntica. E como iniciante no assunto, percebo a cada estudo o quanto a importância deste tema pode fazer diferença em nossa vida como um todo.

O primeiro ciclo apenas iniciou e algumas brincadeiras foram feitas em relação a técnica, e em alguns momentos, eu não soube me comunicar de forma autêntica para dar continuidade a um diálogo mais profundo. Por outro lado, o assunto está sendo comentado e divulgado, despertando interesse aos demais funcionários da empresa.

O próximo passo é estabelecer as metas, verificar os resultados e identificar quais são os funcionários que realmente se interessam por uma comunicação autêntica e pedir ajuda para evoluirmos o game para mais times e quem sabe por toda a organização.

A CNV não nos obriga a permanecermos completamente objetivos, abrindo mão da ação de avaliar. Mas ela pede que mantenhamos essa separação entre avaliação e observação. Trata-se de linguagem dinâmica e que desestimula generalizações, isto é, quando a avaliação for necessária, que ela não seja estática e redutora, mas sim que privilegie o momento, se baseando nas observações específicas de cada contexto. Nossa cultura, assim como a americana de Marshall, valoriza uma “maneira certa de pensar” que nos leva a estar sempre “direcionados aos outros” em vez de em contato com nós mesmos. Aprendemos a focar sempre no que é externo: "O que será que os outros acham que é certo eu dizer e fazer?"

<http://www.oespaco.net/2017/11/cnv-identificando-e-expressando-sentimentos.html>

8. REFERÊNCIAS

- 1- Comunicacao Nao-violenta: Marshall B. Rosenberg -
- 2- Gamification – A Brincadeira Séria!: <http://www.muitaopanessahora.com.br/gamification-a-brincadeira-seria/>
- 3- Comunicação Autêntica: <https://institutotie.com.br>
- 4- Resenha Comunicação não-violenta: <http://www.oespaco.net/p/indice.html>
- 5- Irigoyen, Analia (2016) Gamification: a Motivation Tool for Agile Projects. Disponível em: <https://www.agileconnect.org/conference-2016/case-studies/gamification-a-motivationtool-for-agile-projects>.
- Fractal: <https://www.infoescola.com/matematica/geometria-fractal/>
- 6- Gartner Reveals How Gamification Drives Digital Business: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2014-04-08-gartner-reveals-how-gamification-drives-digital-business>
- 7- O que é comunicação não violenta: https://www.institutonetclaroembratel.org.br/cidadania/nossas-novidades/videos/o-que-e-comunicacao-nao-violenta/?utm_source=facebook&utm_medium=timeline&utm_campaign=fbposts