

GUIA DE BOAS PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA E EMPATIA



NITERÓI
SEMPRE À FRENTE

Fazenda



FICHA TÉCNICA



Prefeito

Axel Graef

Vice-Prefeito

Paulo Roberto Bagueira

Secretária de Fazenda

Marília Ortiz

Secretário de Fazenda em exercício

Heitor Moreira

Diretora de Planejamento e Desenvolvimento Institucional (ASPLAN)

Dandara Xavier

Diretora de Assessoria de Comunicação Institucional (ASCOM)

Fernanda Fraga

Elaboração

Ingrid Lucas - Assessora de Gestão de Pessoas

Isabel Gebara - Coordenadora de Projetos

Carolina Lima - Estagiária ASPLAN

Thaís Martins - Estagiária ASPLAN

Projeto Gráfico e Diagramação

Rayssa Salles - Estagiária ASCOM

Colaboração

Laboratório de Inovação de Niterói (LabNit)

Secretaria de Planejamento, Orçamento e

Modernização da Gestão (SEPLAG)

Luiz Otávio Monteiro

Gabriela Pinto Rodrigues

Thayna Barbosa Cruz dos Santos

ÍNDICE

Conceitos básicos	_____
Comunicação Não-Violenta	_____
Como observar	_____
Como expressar sentimentos	_____
Como Identificar Necessidades	_____
Como fazer pedidos	_____
O que NÃO é a Comunicação Não-Violenta	_____
Recomendações	_____
Referências	_____



	6
	9
	12
	14
	16
	18
a	20
	23
	27

CONCEITOS BÁSICOS



01.

EMPATIA

Ter empatia é, através de uma relação sem julgamentos, se colocar no lugar do outro e entender seus sentimentos, suas preocupações e necessidades. Relações empáticas em um ambiente corporativo potencializam o trabalho em equipe, reduzindo o estresse e também melhorando a produtividade.

02.

ESCU TA ATIVA

É a capacidade de um indivíduo em manter um diálogo com o outro, ouvindo e se interessando pelo assunto, para assim, compreender a mensagem que está sendo transmitida.

03.

PLURALIDADE

Condição de não existir o único, associado principalmente à diversidade. A pluralidade de ideias, pensamentos e pessoas é essencial para o crescimento e desenvolvimento das instituições públicas.

04.

RECONHECIMENTO

Verificar, averiguar e/ou valorizar o próximo. O reconhecimento profissional é o retorno positivo de ações ou comportamentos, motivando o desempenho do servidor no ambiente de trabalho.

05.

JUÍZO DE VALOR

É a avaliação de um aspecto da realidade como bom ou ruim, a partir de gostos e percepções individuais.

06.

JULGAMENTOS MORALIZADORES

Surgem quando utilizamos nossos valores pessoais para definir certo e errado, inviabilizando vivências distintas e dificultando o diálogo entre as partes.

07.

VIOLÊNCIA INVISÍVEL

É uma violência produzida pelo simples exercício do poder. Ela pode não gerar efeitos imediatos, mas a longo prazo pode ser tão ou mais grave que a violência física.

COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA

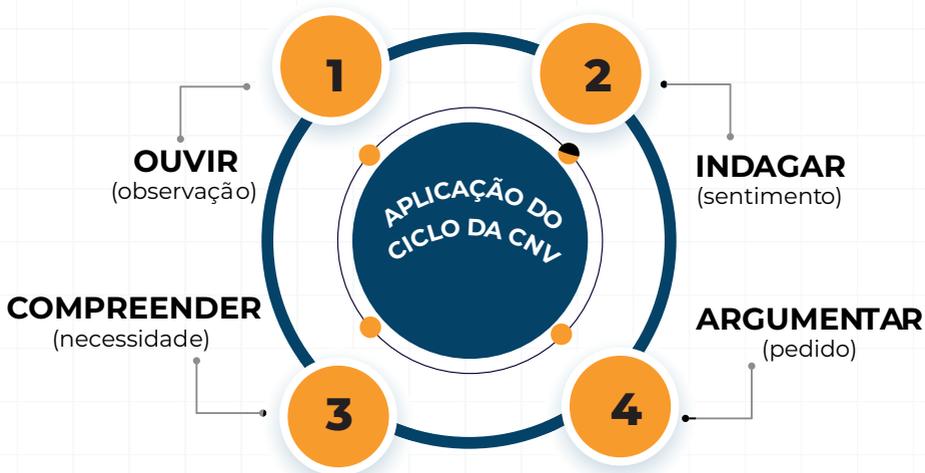
The image features a dark blue background. In the center, the text "COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA" is written in a white, serif font. The word "COMUNICAÇÃO" is on the top line, and "NÃO-VIOLENTA" is on the bottom line. At the bottom of the image, there is a large, wavy shape in a bright yellow color that curves upwards from the left and right sides towards the center.

COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA

A Comunicação Não-Violenta (CNV) é um método de comunicação, desenvolvido pelo psicólogo americano Marshall B. Rosenberg, que busca aprimorar os relacionamentos interpessoais.

É uma abordagem que reformula a maneira pela qual nos expressamos e ouvimos o outro, criando diálogos ricos e eficazes, estimulando o desenvolvimento da empatia e da resolução de conflitos de forma pacífica.

O objetivo da CNV não é mudar as pessoas e seu comportamento para conseguir o que queremos, mas sim possibilitar que as pessoas se relacionem de forma mais empática e significativa.



4

ELEMENTOS PRINCIPAIS DA METODOLOGIA DE COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA

1. OBSERVAÇÃO

Refere-se às situações que estamos observando e vivenciando e que afetam nosso bem-estar;

2. SENTIMENTO

Refere-se a como nos sentimos perante aquilo que estamos observando;

3. NECESSIDADE

Refere-se às necessidades (valores, desejos etc.) relacionadas aos sentimentos identificados;

4. PEDIDO

Refere-se às ações concretas que pedimos para outra pessoa com o intuito de enriquecer nossa vida.



O **fundamental** desta forma de comunicação é ter consciência dos principais elementos que a compõe e ter o desejo de se expressar e ouvir com honestidade e empatia.

NÃO é necessário que a pessoa com a qual você está se comunicando conheça a CNV para que ela ocorra com sucesso!

COMO OBSERVAR

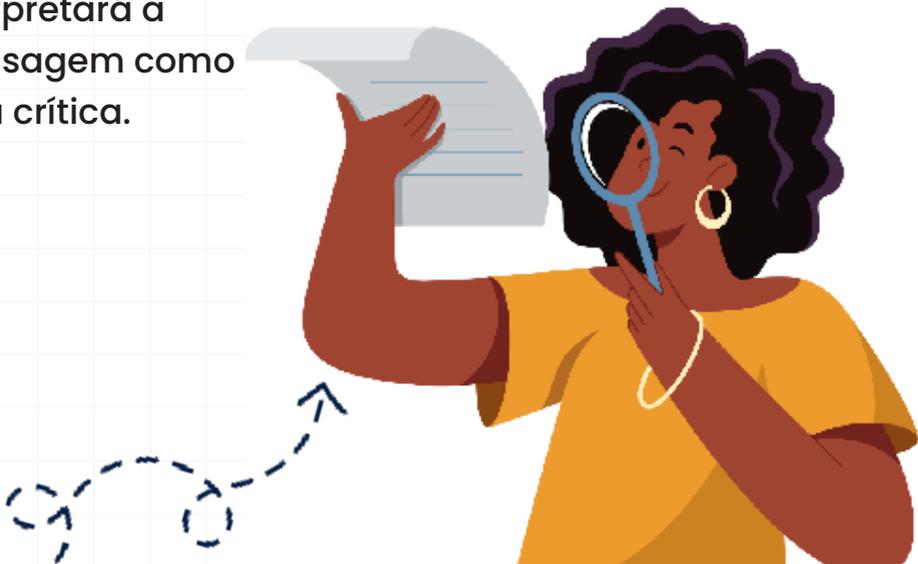
Na CNV, a observação nos permite entender o contexto em que estamos inseridos, para que assim possamos compreender a mensagem que deseja ser transmitida.



DICAS PARA UMA BOA OBSERVAÇÃO

- Ter atenção aos fatos: Separar aquilo que aconteceu e é visível a nossos olhos do que você pensa e acha sobre os fatos
- Ter atenção e esperar o momento certo para falar: Ser sensível ao contexto que está inserido
- Não avaliar como certo ou errado o comportamento do outro: Ao escutar e/ou ver o comportamento do outro, não criar uma avaliação de certo ou errado do sujeito observado

Quando atribuímos valor a uma observação, corremos o risco de não expressar de forma clara e honesta aquilo que queremos e o outro interpretará a mensagem como uma crítica.





COMO EXPRESSAR SENTIMENTOS

A forma como nos expressamos muitas vezes não demonstra o que realmente estamos sentindo, mas, sim, uma opinião ou avaliação. Por isso, ao expressarmos nossos sentimentos, é importante que utilizemos palavras que se refiram a emoções específicas” – Rosenberg

EXEMPLO

Se você se sente injustiçada, isso não é um sentimento e sim um juízo de valor, porque descreve a ação da outra pessoa, algo como: “Você está sendo injusto comigo”.

O mais adequado seria se questionar: “se estou com a sensação de que fui injustiçada, o que realmente estou sentindo?”. Ao compreender como você se sente, expresse da seguinte forma: “Estou me sentindo triste pelo que aconteceu”. Assim, a outra pessoa envolvida poderá se sentir mais estimulada a entender o que aconteceu. Expressar sua vulnerabilidade pode auxiliar na resolução de conflitos e aumenta as chances de você ser ouvida.





COMO IDENTIFICAR NECESSIDADES

As necessidades são comuns a todas as pessoas e não estão ligadas a nenhuma circunstância ou estratégia específica para a realização delas. Por trás de uma necessidade, está um sentimento e, por trás de um sentimento, está uma necessidade. Por isso, ao identificar uma necessidade, somos estimulados a aceitar a responsabilidade pelo que fazemos para provocar nossos próprios sentimentos.

Vale lembrar: um desejo não é uma necessidade!

Exemplo 1:

“Colega, quando você fala dessa forma comigo no departamento (observação), eu me sinto irritado e diminuído perante os demais (sentimento). Preciso me sentir respeitado e saber que posso contar com meus companheiros de equipe para meu desenvolvimento na empresa (necessidade).”

Exemplo 2:

“Eu gostaria de ir ao Cinema com a Júlia”
(Desejo)

“Eu queria passar um tempo com o Fernando”
(Desejo)

“Eu preciso de companhia para ir ao cinema porque me sinto deprimido quando vou sozinho” (necessidade)



Quando expressamos nossas necessidades, há uma chance maior de que elas sejam atendidas.

COMO FAZER PEDIDOS



Pedidos são solicitações que podem ou não ser atendidas, diferentes de exigências. Seu pedido deve ser sempre claro, específico e concreto. Frases abstratas, vagas e ambíguas podem causar ruídos na comunicação e interferir na execução do pedido. Sempre utilize uma linguagem positiva em forma de afirmação.

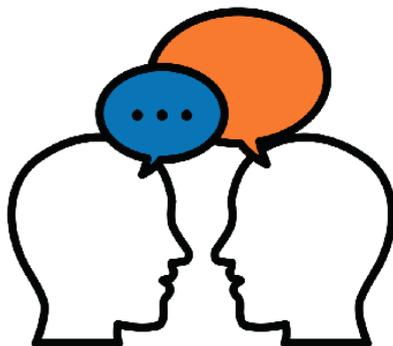
Exemplo 1

“Eu me sinto frustrado (sentimento) quando você corta as minhas falas em público (observação), porque quero ter espaço para expressar as minhas ideias e opiniões (necessidade). Gostaria que você tomasse mais cuidado para não cortar a mim e outras pessoas, escutando com mais atenção o outro e esperando a hora certa para expressar também as suas ideias e opiniões. (pedido)”

Exemplo 2

“Se você continuar interrompendo as minhas falas em público, terei que comunicar a situação ao nosso superior” (exigência com ameaça)

Lembre-se, a outra pessoa também possui suas próprias necessidades que devem ser levadas em consideração, ela é livre para aceitar ou recusar o seu pedido e isso deve ser respeitado.



O QUE NÃO É COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA

01.

COMPARAÇÃO

Quando fazemos comparações, estereótipos e generalizações superficiais são criados, distorcendo a realidade e gerando sentimentos negativos.

02.

JULGAMENTOS MORALIZADORES X JUÍZO DE VALOR

O juízo de valor é um conjunto de valores decorrentes da experiência vivida, é sobre o que admiramos. Já os julgamentos moralizadores são aqueles feitos de acordo com o que é entendido por certo e errado, criando comportamentos que bloqueiam sentimentos de necessidades, de pedidos e compreensão.

03.

NEGAÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Estimular a consciência sobre nossos sentimentos e necessidades é um processo fundamental quando utilizamos a CNV. Cria-se, assim, um senso de responsabilidade daquilo que você recebe ou transmite. Focando em nossos próprios sentimentos e necessidades, conseguimos identificar para quais deles precisamos dar uma atenção maior.

04.

INTERROMPER A FALA DO PRÓXIMO

Não deixar que o outro conclua o raciocínio prejudica a comunicação e o andamento das atividades.

05.

ASSÉDIO MORAL

Expor o servidor a situações constrangedoras, no exercício de sua função, de forma repetida e prolongada, causando danos a dignidade e a integridade do indivíduo.

06.

FALTA DE RESPONSABILIDADE

Transferir a culpa de seus atos, sentimentos e necessidades para terceiros é negar responsabilidade sobre suas ações, podendo causar desconfortos entre a equipe.

07.

INSULTAR OU AMEAÇAR

Buscar resultados no trabalho através de insultos ou ameaças afetam negativamente o ambiente de trabalho, provocando aflição e improdutividade.



RECOMENDAÇÕES





COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA

Neste livro, Marshall Rosenberg, psicólogo clínico e criador do método da CNV, apresenta e explica de maneira didática os valores e princípios da comunicação Não-Violenta.



TORNAR-SE PESSOA

Escrito pelo psicólogo Carl Rogers, este livro introduz o complexo processo do “tornar-se”. O livro não se destina apenas a psicólogos e psiquiatras mas a todos os que se interessam pelo desenvolvimento do homem e de sua personalidade.



VIVENDO A COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA

Neste livro, Marshall Rosenberg, criador da CNV, trata de diversos contextos de aplicação da Comunicação Não-Violenta e seus efeitos.

BIBLIOTECA DA EMPATIA



Criada pelo historiador Roman Krznaric, a Biblioteca da Empatia reúne diversos gêneros de filmes e livros que abordam o tema empatia. Além de possuir ranking top 10, também é possível realizar pesquisa a partir de palavras-chaves. O site é originalmente em inglês, mas permite tradução.

<https://empathylibrary.com/>



CURSO DE COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA – ESCOLA NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA (ENAP)



O curso apresenta os principais conceitos e pilares para a realização de uma comunicação mais assertiva e empática, além de dicas importantes para o aperfeiçoamento pessoal. Na modalidade online, o curso possui 20h de carga horária e conta com certificado.

www.escolavirtual.gov.br/curso/463



OFICINA DE COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA – LABNIT – EGG NITERÓI

A Oficina de Comunicação Não-Violenta (CNV), desenvolvida pelo LabNit, tem como objetivo capacitar os agentes públicos para usar a comunicação não-violenta de forma eficaz em seus contextos de trabalho, contribuindo para o aprimoramento da sua atuação e para uma comunicação mais empática e respeitosa. Ao promover essa abordagem aberta, criativa e inclusiva, a CNV leva a soluções mais justas e equitativas, além de proporcionar a conexão de forma mais profunda.



<https://egg.seplag.niteroi.rj.gov.br/labnit/>



REFERÊNCIAS

ARANTES, Jade; CHAVES, Cristiane; LIMA, Nolah; SANT'ANNA, Liliane. Comunicação Não-Violenta: um olhar para os quatro componentes. Brasília: Instituto Nacional CNV Brasil. 2023.

BRASIL. Ministério Público do Estado do Piauí. Guia Prático Para Comunicação Não-Violenta. Teresina. 2020.

LABNIT. Oficina de Comunicação Não-Violenta. Niterói: Escola de Governo e Gestão/SEPLAG, 2023.

LIMA, Nolah. A CNV além dos 4 passos. Brasília: Instituto Nacional CNV Brasil.2023.

UNIVERSIDADE DE ALFENAS. Cartilha Comunicação Não-Violenta. Minas Gerais: UNIFENAS. 2022.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Como Praticar a Comunicação Não-Violenta. São Paulo: Universidade de São Paulo.



NITERÓI
SEMPRE À FRENTE

Fazenda