ÁREA TEMÁTICA: Produtos Técnicos e Tecnológicos: Projetos Transdisciplinares

PRODUTO TÉCNICO E TECNOLÓGICO DO *FEEDÜBACK:* UMA SOLUÇÃO DIGITAL PARA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Resumo

Organizações são, essencialmente, feitas de pessoas. Logo, as falhas na comunicação organizacional e a ausência de uma cultura estruturada de retroalimentação geram uma das dores mais profundas no ambiente corporativo: a desmotivação e a elevada rotatividade de talentos (turnover). Inserido nesse contexto, o objetivo central deste Produto Técnico e Tecnológico é apresentar a concepção e a estruturação do aplicativo FeedÜback, uma solução digital desenvolvida especificamente para resolver essa dor, mitigando ruídos comunicacionais e colocando as pessoas no centro da gestão. A metodologia adotou uma abordagem aplicada de natureza mista, englobando pesquisa mercadológica com 77 profissionais de empresas de médio e grande porte, análise de mercado concorrente e prototipação tecnológica das interfaces. Os resultados validaram as dores do público, evidenciando que 47,7% das organizações pesquisadas não possuem processos estruturados de avaliação e 81,8% dos usuários não utilizam plataformas específicas para esse fim. Para suprir essa demanda e cuidar do capital humano, a ferramenta desenvolvida apresenta diferenciais competitivos perante as opções tradicionais de mercado, entregando de forma integrada uma Inteligência Artificial preventiva contra linguagem agressiva, monitoramento ativo de bem-estar e gamificação voltada à sustentabilidade. Conclui-se que o produto atende a uma necessidade real das corporações ao focar no que importa. Como contribuições práticas e sociais, o aplicativo atua diretamente na prevenção do esgotamento profissional, fomenta um ambiente psicologicamente seguro e fornece às lideranças dados estratégicos em tempo real para reter talentos.

Palavras-chave: Cultura de feedback. Segurança psicológica. Inteligência artificial preventiva. Gamificação sustentável. Retenção de talentos.

Abstract

Organizations are essentially made of people. Therefore, organizational communication failures and the absence of a structured feedback culture generate one of the deepest pains in the corporate environment: demotivation and high talent turnover. Within this context, the central objective of this Technical and Technological Product is to present the design and structuring of the FeedÜback app, a digital solution developed specifically to solve this pain, mitigating communication noises and placing people at the center of management. The methodology adopted a mixed applied approach, encompassing market research with 77 professionals from medium and large companies, competitor market analysis, and technological prototyping of interfaces. The results validated the public's pains, showing that 47.7% of the surveyed organizations lack structured

evaluation processes and 81.8% of users do not use specific platforms for this purpose. To meet this demand and care for human capital, the developed tool presents competitive advantages over traditional market options, integrating preventive Artificial Intelligence against aggressive language, active well-being monitoring, and gamification focused on sustainability. It is concluded that the product meets a real corporate need by focusing on what matters. As practical and social contributions, the app acts directly in the prevention of professional burnout, fosters a psychologically safe environment, and provides leaders with real-time strategic data to retain talents.

Keywords: Feedback culture. Psychological safety. Preventive artificial intelligence. Sustainable gamification. Talent retention.

1. Introdução

Organizações não são formadas por processos ou máquinas, mas por pessoas. Nesse cenário, a comunicação é o pilar estratégico responsável pelo alinhamento e pelo desenvolvimento humano. Contudo, as falhas comunicacionais representam gargalos críticos e uma dor constante no ecossistema corporativo, gerando prejuízos imensuráveis.

Um exemplo notável desse impacto ocorreu em 1999, quando a NASA perdeu a sonda Mars Climate Orbiter devido a um erro de comunicação entre equipes: uma unidade utilizou o sistema métrico enquanto a outra utilizou o sistema imperial. Essa falha de alinhamento custou milhões de dólares e anos de trabalho, demonstrando que, mesmo em ambientes de alta tecnologia, a ausência de uma comunicação estruturada, clara e integrada é um gargalo que pode inviabilizar projetos estratégicos.

Atrelado a isso, estima-se que as empresas perdem em média 20% de sua produtividade em decorrência de ruídos na comunicação, cenário que afeta drasticamente o engajamento e a saúde mental das equipes.

Essa deficiência tem uma face silenciosa: a ausência de feedback estruturado criando uma lacuna de expectativas entre lideranças e liderados, gerando ansiedade e atuando como um dos principais motores do turnover (rotatividade de pessoal).

A escassez de ferramentas corporativas acessíveis que priorizem o indivíduo contribui diretamente para a consolidação de canais informais (como aplicativos de mensagens pessoais), que frequentemente distorcem mensagens e destroem a segurança psicológica do colaborador. A pertinência do problema reside no fato de que, apesar da transformação digital, as organizações adotam tecnologias para controlar processos, mas carecem de recursos que unifiquem a comunicação, a gestão de tarefas e, o mais importante, o monitoramento do bem-estar humano.

O objetivo deste Produto Técnico e Tecnológico (PTT) é apresentar a concepção, o desenvolvimento e a usabilidade do aplicativo FeedÜback, uma solução digital no modelo SaaS (Software as a Service). O artigo está organizado apresentando a fundamentação teórica, a metodologia de desenvolvimento focada na empatia com o usuário (UX/UI), a análise de resultados com a validação da usabilidade frente às dores do mercado e, por fim, as conclusões e potenciais impactos do produto.

2. Fundamentação Teórica

2.1 Comunicação organizacional

A comunicação organizacional é um campo de estudo e prática que se dedica à análise e gestão dos processos comunicacionais dentro e entre as organizações. Historicamente, o conceito de comunicação organizacional tem evoluído, abrangendo desde as perspectivas estruturalistas clássicas até abordagens mais contemporâneas que a veem como um elemento estratégico e fundamental para o sucesso organizacional.

Em bom rigor, podemos afirmar que toda a organização depende da comunicação para funcionar e cumprir seus objetivos, ou seja, "a comunicação pode construir ou destruir a existência de uma organização" (MUSHEKE; PHIRI, 2021, p. 660), isto é, uma comunicação excelente faz organizações excelentes e melhores lugares para trabalhar, uma comunicação ruim faz organizações ruins, péssimos lugares para trabalhar e condenados ao fracasso.

Em suma, a comunicação organizacional transcende a mera transmissão de informações, configurando-se como um processo complexo e estratégico que molda a cultura, o desempenho e a imagem das organizações no cenário contemporâneo.

2.2 O processo de feedback

Para garantir o êxito da comunicação, é necessário que o fluxo desta comunicação ocorra de maneira planejada. No ambiente organizacional, o *feedback* assume um aspecto fundamental, uma vez que é através dele que se verifica se a mensagem foi compreendida de acordo com a pretensão inicial.

Rabbani et al.(2022) afirmam que a palavra "*feedback*" vem da língua inglesa e resulta da combinação entre os termos "*feed*"e "*back*". Na língua portuguesa o termo *feed* pode ser traduzido como "alimentação/alimentar" e *back* como "de volta" (LOPES, 2021). Desta forma, pode perceber-se o termo *feedback* como uma resposta, uma reação à um estímulo.

2.3 Ferramentas para a comunicação organizacional

Com o avanço tecnológico, os aplicativos de comunicação organizacional tornaram-se ferramentas indispensáveis para otimizar os fluxos de informação e promover a interação dentro das empresas. A utilização desses aplicativos, como Slack, Microsoft Teams e WhatsApp, tem um impacto significativo na comunicação interna, especialmente em cenários que exigem comunicação remota e agilidade.

Do ponto de vista tecnológico e de mercado, o desenvolvimento de softwares deve focar em gerar valor real ao cliente. Kotler e Keller (2012) destacam que o valor percebido e a usabilidade são determinantes para a adoção de novas ferramentas.

Assim, criar uma plataforma de comunicação não se trata apenas de digitalizar processos, mas de desenhar um ambiente virtual seguro, intuitivo e capaz de fomentar uma cultura colaborativa contínua.

Os aplicativos de comunicação organizacional representam uma evolução na forma como as empresas se comunicam internamente, oferecendo soluções para os desafios da comunicação em ambientes cada vez mais dinâmicos e, muitas vezes, distribuídos geograficamente. Eles são ferramentas poderosas para fortalecer a comunicação, o engajamento e a produtividade dos colaboradores.

No entanto, a implementação e o uso eficaz desses aplicativos requerem planejamento e diretrizes claras para evitar a sobrecarga de informações e garantir que a comunicação seja relevante e produtiva. A escolha do aplicativo adequado e a forma como ele é integrado à cultura organizacional são fatores determinantes para o sucesso de sua utilização.

3. Metodologia

A adequação metodológica deste PTT baseou-se em uma abordagem de pesquisa aplicada e mista, focada no desenvolvimento centrado no usuário. O processo foi estruturado em três etapas:

a. Pesquisa Mercadológica e Validação de Dores: levantamento quantitativo mediante questionário estruturado com 77 profissionais, majoritariamente de médias e grandes empresas. O objetivo foi validar as falhas de comunicação, a receptividade tecnológica e as necessidades de usabilidade.

b. Análise de Concorrentes (Benchmarking): mapeamento de soluções similares de RH e produtividade (como Feedz, Qulture.Rocks e Trello), avaliando critérios de usabilidade, preço e foco em engajamento para identificar lacunas no mercado.

c. Prototipação e Design de Usabilidade (UI/UX): criação das interfaces do aplicativo utilizando a plataforma no-code Base44. A concepção visual priorizou a psicologia das cores (utilizando tons de azul-esverdeado para transmitir clareza e segurança, e amarelo mostarda para estimular a criatividade), garantindo uma navegação intuitiva e de baixo atrito para incentivar o uso diário.

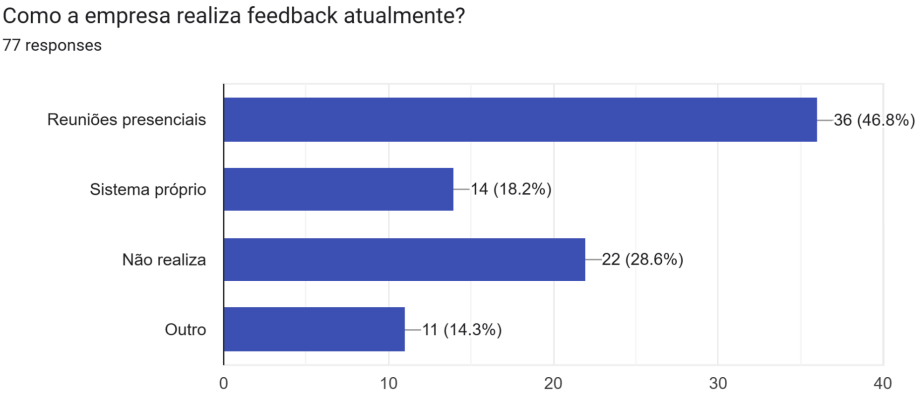
4. Análise e Discussão dos Resultados

A concepção do FeedÜback encontrou sólida validação frente à realidade tecnológica atual. O mercado corporativo brasileiro passa por uma forte digitalização (com polos como Santa Catarina gerando bilhões no setor de tecnologia), porém a adoção de sistemas de gestão de pessoas ainda é deficiente.

4.1. As Dores do Mercado e a Validação da Necessidade

A pesquisa de campo revelou as "dores" reais das corporações: 47,7% das empresas não possuem feedback estruturado ou o fazem apenas em reuniões presenciais, conforme figura 1.

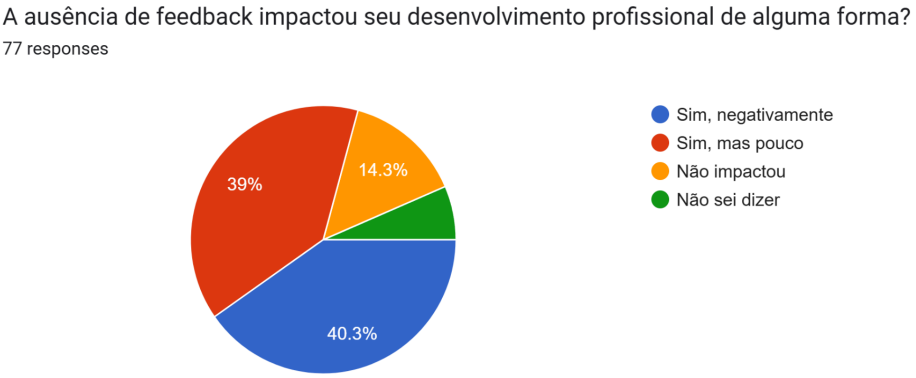
Figura 1: Realização de feedback



Fonte: Pesquisa autoral (2026)

O cenário é ainda mais preocupante, 40,3% dos colaboradores relatam que essa ausência impacta negativamente o seu desenvolvimento profissional (figura 2).

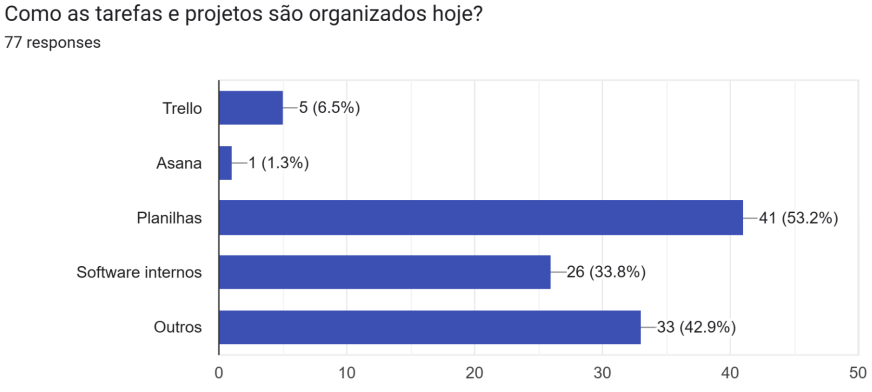
Figura 2: Impacto da ausência de feedback



Fonte: Pesquisa autoral (2026)

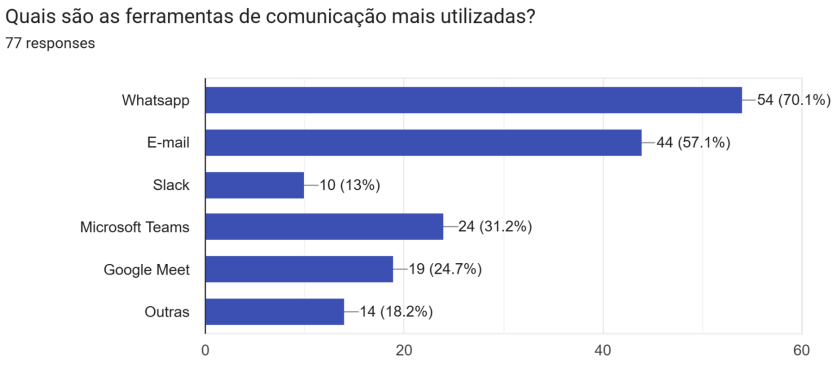
Confirmando a defasagem tecnológica, 53,2% dos respondentes ainda utilizam planilhas para organizar tarefas (figura 3), e 70,1% dependem do whatsapp para a comunicação diária(figura 4), misturando vida pessoal e profissional de forma prejudicial.

Figura 3: Organização de tarefas



Fonte: Pesquisa autoral (2026)

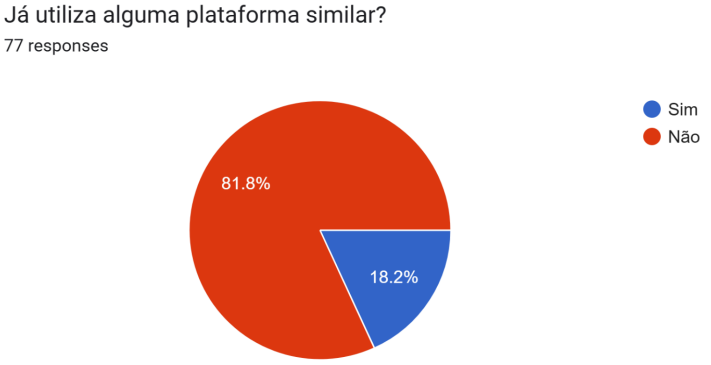
Figura 4: Ferramentas de comunicação



Fonte: Pesquisa autoral (2026)

De forma expressiva, 81,8% afirmaram não utilizar nenhuma plataforma corporativa dedicada à gestão de feedbacks, conforme apresentado na figura 5.

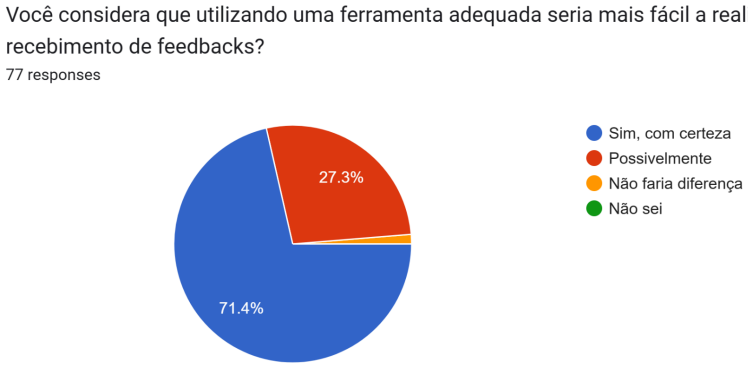
Figura 5: Utilização de plataformas para comunicação



Fonte: Pesquisa autoral (2026)

Embora 71,4% acreditem que uma ferramenta adequada facilitaria o processo, conforme validado na figura 6.

Figura 6: Utilização de ferramenta adequada



Fonte: Pesquisa autoral (2026)

Estes dados validam, empiricamente, a oportunidade mercadológica para uma solução unificada e intuitiva.

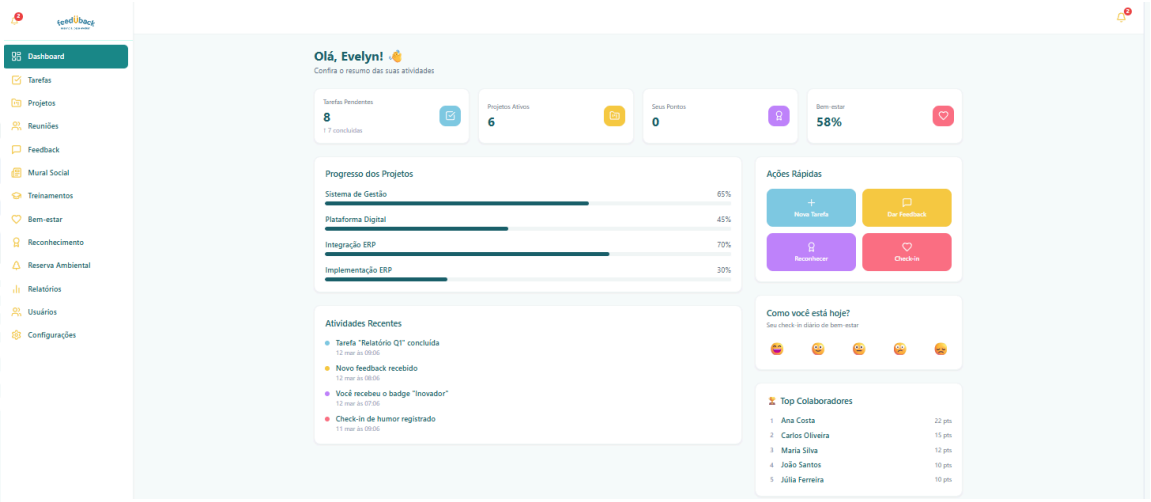
4.2. O Produto, Aplicabilidade e Diferenciais frente à Concorrência

O FeedÜback foi projetado como um aplicativo SaaS que ataca essas dores ao centralizar tarefas, comunicação e bem-estar em uma única interface.

Ao avaliar o mercado, notou-se que concorrentes como Trello e Asana focam quase exclusivamente em produtividade e não desenvolvem a cultura da empresa. Já plataformas como Qulture.Rocks e Feedz possuem um custo mais elevado e focado em nichos altamente maturados. Diante disso, o FeedÜback destaca-se pelos seguintes diferenciais inovadores:

a. Dashboard e Usabilidade Intuitiva: a tela inicial fornece um panorama 360° (tarefas, projetos e check-in de humor) com design limpo. Isso reduz a curva de aprendizado e inclui todos os níveis profissionais (Figura 7).

Figura 7 - Página inicial (*Dashboard*)

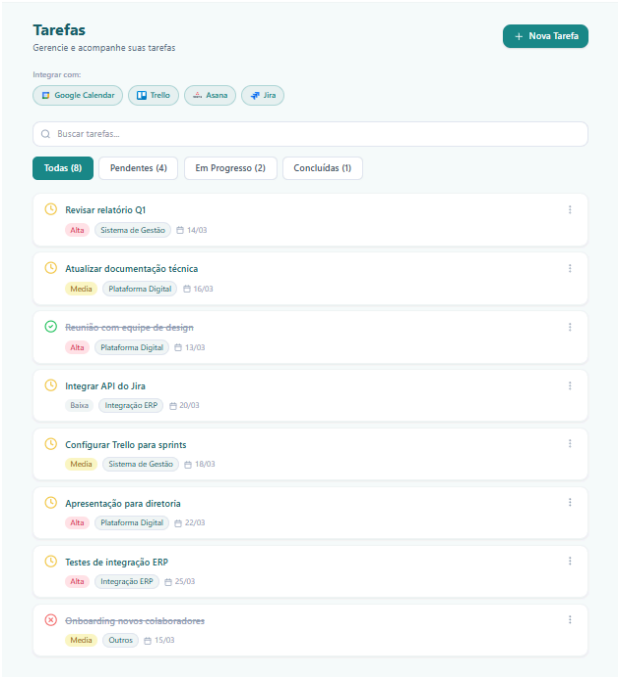


Fonte: Dashboard (2026)

b. Gerenciamento de tarefas: desenvolvida para solucionar uma dor validada pela pesquisa de mercado: a dependência de ferramentas manuais e genéricas, evidenciada pelo fato de que 53,2% dos respondentes utilizam planilhas para organizar suas demandas.

A interface visual reduz a ansiedade operacional ao organizar o fluxo de trabalho claramente (novas, pendentes, em progresso, concluídas) (Figura 8). Permite também integração com ferramentas externas (Google Calendar, Trello, Asana, Jira).

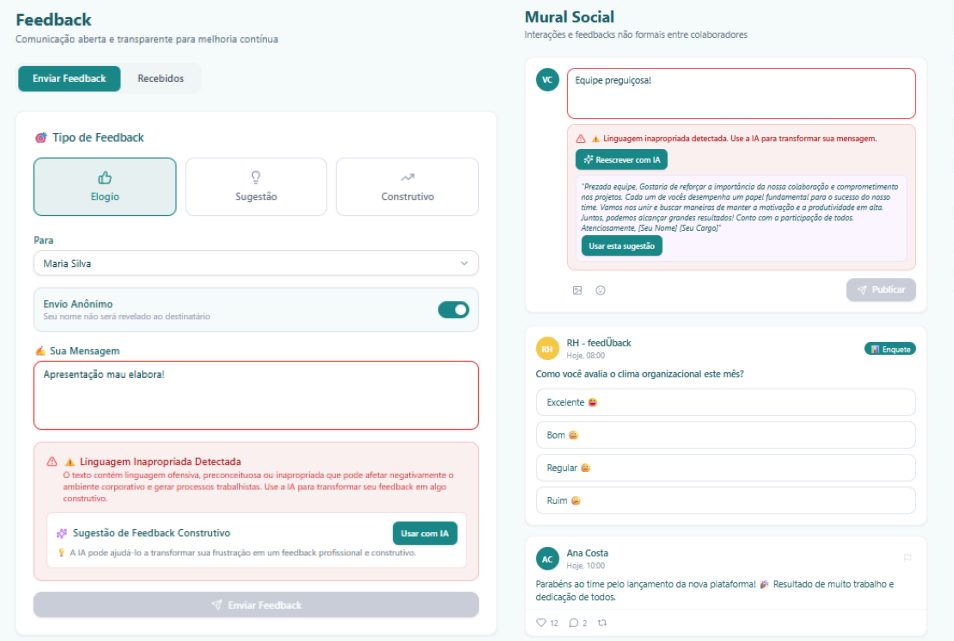
Figura 8 - Gerenciamento de Tarefas:



Fonte: Gestão de Tarefas (2026)

c. Feedback e Mural social unidos à Inteligência Artificial Moderadora: caso o sistema identifique que um colaborador está digitando um feedback ou comentário com linguagem inadequada, o envio é bloqueado, sugerindo reescritas construtivas. Isso previne atritos interpessoais e blinda a empresa contra passivos trabalhistas decorrentes de assédio moral, conforme figura 9.

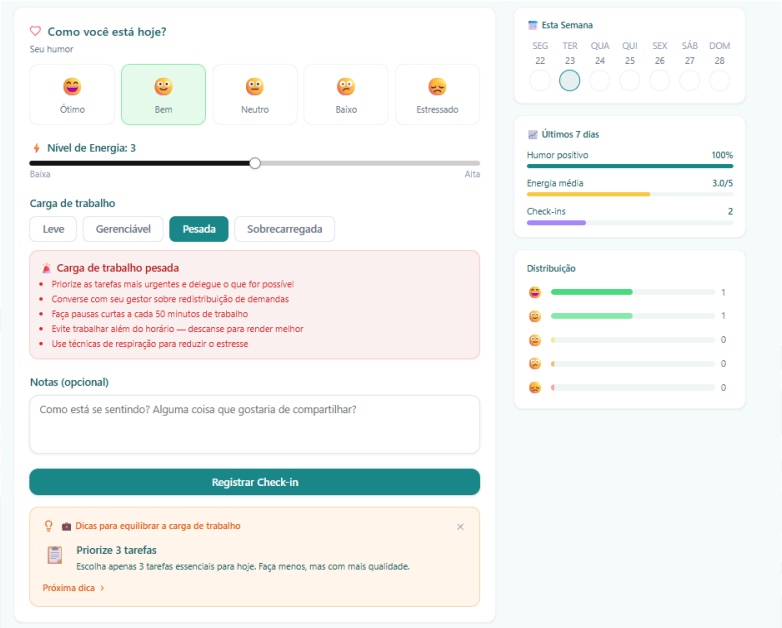
Figura 9: Tela de Feedback e Mural Social



Fonte: Feedback MuralSocial (2026)

d. Monitoramento Ativo de Bem-Estar: Focado puramente na pessoa, o app convida a um check-in rápido de humor e carga de trabalho. Detectando sobrecarga, gera dicas dinâmicas (pausas, respiração) para conter o burnout de forma proativa (Figura 10).

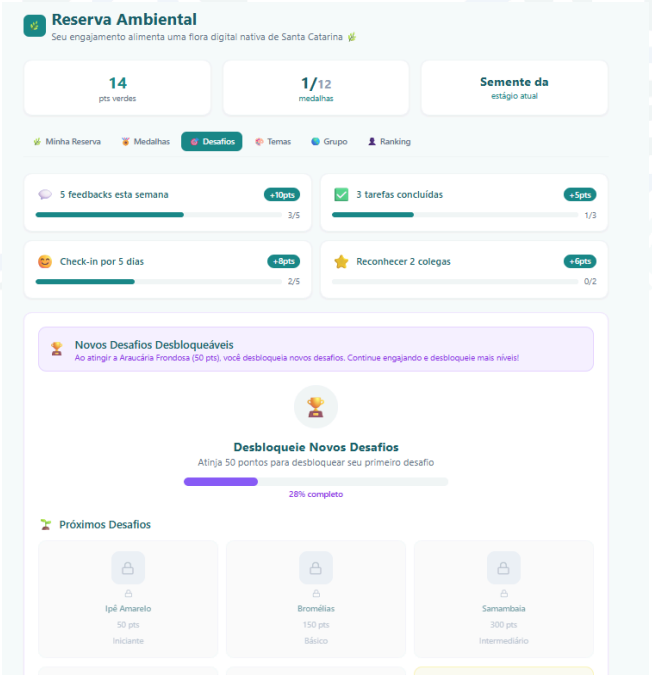
Figura 10: Tela de bem-estar



Fonte:BemEstar (2026)

e. Gamificação focada em ESG: O engajamento (tarefas concluídas, elogios) cultiva uma "Reserva Ambiental" digital (Figura 11).

Figura 11: Reserva Ambiental

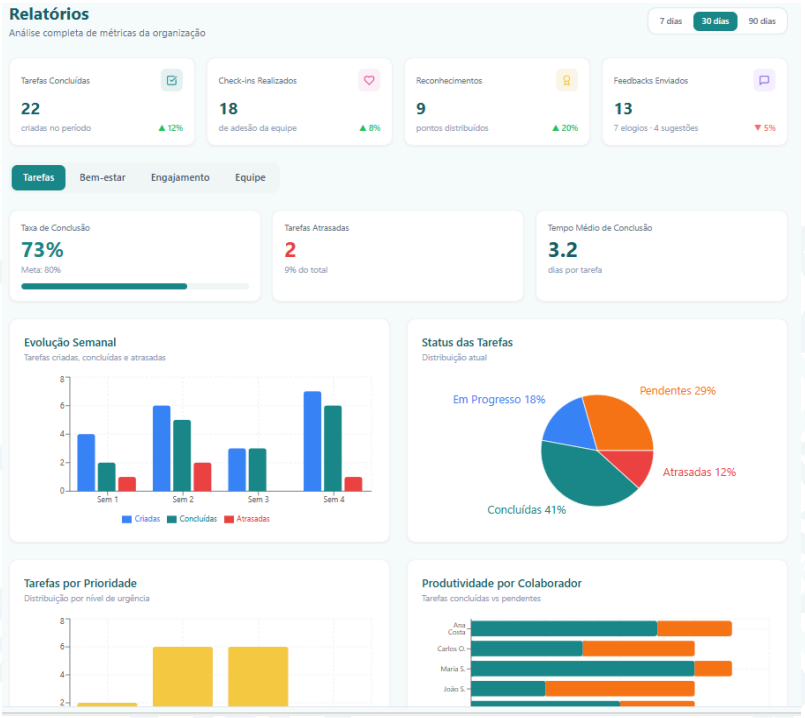


Fonte: ReservaAmbiental (2026)

Diferente de rankings competitivos que geram estresse, a evolução aqui é atrelada à sustentabilidade e colaboração mútua, gerando um senso de propósito coletivo.

f. Relatórios Gerenciais (BI) e Segurança Psicológica (LGPD): O sistema traduz as interações e o bem-estar em dados para que a liderança possa cuidar de sua equipe de forma preventiva (Figura 12).

Figura 12: Tela de relatórios

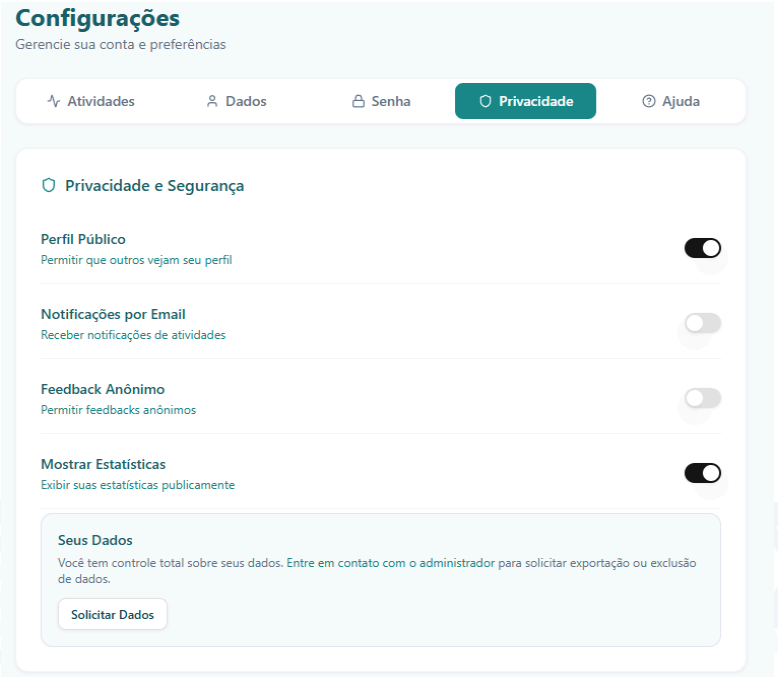


Fonte: Relatorios (2026)

A tela compila painéis e gráficos sobre o andamento geral da organização, ilustrando métricas fundamentais como a distribuição e o status das tarefas, índices de engajamento da equipe e a consolidação dos dados de bem-estar.

g. Por lidar com informações organizacionais sensíveis, a arquitetura tecnológica do aplicativo foi desenhada com total conformidade à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). O colaborador tem controle absoluto sobre seus dados através da tela de configurações (Figura 13), garantindo que a tecnologia seja sinônimo de segurança psicológica, e não de vigilância.

Figura 13: Configurações



Fonte: Configuracoes (2026)

Além dessas ferramentas, a solução apoia o funcionário por meio de Acompanhamento de Projetos, Gestão de Reuniões, autonomia em Treinamentos (L&D) e um espaço seguro de Reconhecimento entre colegas.

5. Conclusão e Contribuições

O Produto Técnico e Tecnológico (PTT) aqui apresentado demonstra que, embora o mercado corporativo esteja em plena transformação digital, existe uma lacuna crítica na gestão do capital humano. Enquanto as ferramentas tradicionais priorizam o controle de processos e a produtividade bruta, o FeedÜback redefine a comunicação organizacional ao colocar a segurança psicológica e o bem-estar do colaborador no centro da estratégia.

A análise dos diferenciais competitivos revela que o aplicativo não é apenas uma plataforma de gestão de tarefas, mas um ecossistema de preservação de talentos. A integração pioneira de uma Inteligência Artificial moderadora atua como um filtro preventivo contra a linguagem agressiva, transformando o feedback, muitas vezes um momento de tensão, em uma oportunidade de crescimento empático e construtivo. Este diferencial blinda a cultura organizacional contra ruídos e passivos trabalhistas, promovendo um ambiente de respeito mútuo.

A agregação de valor humano é o pilar central do FeedÜback. Ao monitorar ativamente o bem-estar e a carga de trabalho, o sistema transcende a função de software para tornar-se um agente de cuidado preventivo contra o burnout. O check- in de humor e as orientações proativas humanizam a relação entre tecnologia e usuário, reconhecendo que por trás de cada tarefa concluída existe um indivíduo com necessidades emocionais e limites físicos.

Como contribuições práticas, o projeto oferece às lideranças dados estratégicos em tempo real que permitem intervenções humanizadas antes que o esgotamento profissional resulte em rotatividade. Socialmente, o FeedÜback fomenta uma cultura de

reconhecimento e sustentabilidade através de sua gamificação focada em ESG, conectando o desempenho individual a um propósito coletivo maior.

A relevância e a urgência dessa solução encontra forte respaldo no atual comportamento estratégico e financeiro das organizações. O mercado despertou para o fato de que a comunicação corporativa não é um gasto secundário, mas um pilar de sobrevivência.

Em suma, o produto valida que a tecnologia mais avançada é aquela capaz de fortalecer as conexões humanas, provando que organizações excelentes são construídas por pessoas valorizadas e ouvidas.

Referências

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing.** 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

LOPES, M. F. C. V. **A perceção dos alunos sobre o feedback dos professores.** 2021. Dissertação (Mestrado em Ciências da Educação) – Instituto de Educação, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2021. Disponível em: https://repositorio.ul.pt/handle/10451/52383. Acesso em: 23 jun. 2026.

MELO, A. K. E. **A comunicação organizacional e o uso de aplicativo de mensagens instantâneas em Secretariado Executivo em tempos de pandemia**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Secretariado Executivo) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/65090. Acesso em: 23 jun. 2026.

MUSHEKE, M. M.; PHIRI, J. **The Effects of Effective Communication on Organizational Performance Based on the Systems Theory**. Open Journal of Business and Management, v. 9, n. 2, p. 659-671, 2021. Disponível em: https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=107818. Acesso em: 23 jun. 2026.

RABBANI, L. M. et al. **Roles Interplay between Teachers and Students in the Provisions of Feedback:** Establishing a Common Ground. International Journal of Instruction, v. 15, n. 4, p. 1011-1026, 2022. Disponível em: https://www.e-iji.net/dosyalar/iji_2022_4_52.pdf. Acesso em: 23 jun. 2026.

SINERGIA. **Comunicação organizacional:** impacto dos comunicadores instantâneos nas empresas. 2024. Disponível em: https://www.sinergia.edu.br/wp-content/uploads/2024/07/Artigo-2-Comunicacao-organizacional-impacto-dos-comunicadores-instantaneos-nas-empresas.pdf.Acesso em: 23 jun. 2026.

APÊNDICE A - PESQUISA MERCADOLÓGICA

Olá! Me chamo Evelyn Alves e sou acadêmica da 9ª fase do curso de Administração da Universidade da Região de Joinville. O presente questionário tem o objetivo de coletar dados para o meu TCE (Trabalho de Conclusão de Estágio), visando avaliar a viabilidade da criação de um aplicativo com foco na comunicação organizacional. Desde já, agradeço sua participação!

1. Qual a sua ocupação atual?

( ) Estudante
( ) Funcionário de empresa privada
( ) Funcionário público
( ) Empreendedor
( ) Desempregado
( ) Outro

2. Há quanto tempo trabalha na empresa? (Caso esteja desempregado, considerar a última empresa em que trabalhou)

( ) Menos de 1 ano
( ) 1 a 2 anos
( ) 3 a 5 anos
( ) Mais de 5 anos

3. Porte da empresa:

( ) 1 – 10 colaboradores
( ) 11– 50 colaboradores
( ) 51 – 100 colaboradores
( ) Mais de 100 colaboradores

4. Setor de atuação da empresa:

( ) Tecnologia
( ) Indústria
( ) Serviços
( ) Educação
( ) Saúde
( ) Outro

5. Localização da empresa:

( ) Joinville
( ) Santa Catarina - outra cidade
( ) Outro estado

6. Como a empresa realiza feedbacks atualmente?

( ) Reuniões presenciais
( ) Sistemas próprios
( ) Não realiza
( ) Outro

7. Ferramentas de comunicação utilizadas:

( ) WhatsApp
( ) E-mail
( ) Slack
( ) Microsoft Teams
( ) Google Meet
( ) Outras

8. A empresa realiza pesquisas de clima ou bem-estar?

( ) Sempre
( ) Quase Sempre
( ) Quase Nunca
( ) Nunca

9. Há ações de reconhecimento entre colaboradores?

( ) Sempre
( ) Quase Sempre
( ) Quase Nunca
( ) Nunca

10. Qual a importância de ferramentas que ajudam na cultura organizacional?

( ) Muito importante
( ) Importante
( ) Pouco importante
( ) Não é importante

11. Como as tarefas e projetos são organizados hoje?

( ) Trello
( ) Asana
( ) Planilhas
( ) *Softwares* internos
( ) Outros

12. A empresa organiza treinamentos?

( ) Sempre
( ) Quase Sempre
( ) Quase Nunca
( ) Nunca

13. Você se sente confortável para receber feedbacks (tanto positivos, quanto negativos)?

( ) Sempre
( ) Quase Sempre
( ) Quase Nunca
( ) Nunca

14. A ausência de feedback impactou seu desenvolvimento profissional de alguma forma?

( ) Sim, negativamente
( ) Sim, mas pouco
( ) Não impactou
( ) Não sei dizer

15. Com feedbacks mais frequentes, você acredita que poderia ter tido um desempenho melhor?

( ) Sim, com certeza
( ) Possivelmente
( ) Não faria diferença
( ) Não sei

16. Você considera que utilizando uma ferramenta adequada seria mais fácil a realização e recebimento de *feedbacks*?

( ) Sim, com certeza
( ) Possivelmente
( ) Não faria diferença
( ) Não sei

17. Já utiliza alguma plataforma similar?

( ) Sim
( ) Não

18. Quanto estaria disposto a investir por colaborador/mês?

( ) Até R$ 10,00
( ) R$ 11,00 a R$ 20,00
( ) R$ 21,00 a R$ 20,00
( ) Mais de R$ 30,00

19. Como você geralmente fica sabendo de um novo produto?

( ) Redes sociais
( ) Indicações de amigos
( ) E-mail
( ) Anúncios na televisão / rádio / outdoors
( ) Outros