



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

The Walt Disney Company

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL
The Walt Disney Company

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

CAROLINE BARROZO DE FREITAS,
RA 1012020100090
FELIPE MOURA CAGNANI,
RA 1012020100257

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

SUMÁRIO

The Walt Disney Company	0
The Walt Disney Company	1
1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	3
3. PROJETO INTEGRADO	4
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	4
3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE	5
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	8
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	10
REFERÊNCIAS	18
ANEXOS	20

1. INTRODUÇÃO

O trabalho foi desenvolvido com base na empresa The Walt Disney Company, conhecida simplesmente como Disney, sendo uma companhia multinacional estadunidense de mídia de massa sediada no Walt Disney Studios, em Burbank, Califórnia.

Walt Disney, criador da empresa, realizou através do seu trabalho uma forma diferenciada para todos da sua equipe, pois acreditava fielmente que um “elenco” feliz fará toda a diferença na forma de atender os clientes.

A empresa se tornou reconhecida mundialmente pelo seu encanto, não apenas nas atrações, mas, também por sua excelente cultura organizacional, sendo referência das melhores práticas de Gestão de Pessoas.

O objetivo do estudo é analisar as práticas adotadas pela empresa em sua Gestão, citar como foi desenvolvida e todo o processo até chegar nos dias de hoje, pontos fortes e fracos possível qualquer empresa adotar o mesmo método.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

The Walt Disney Company foi fundada em 16 de outubro de 1923, pelos irmãos Walt Disney e Roy Disney como estúdio de animação, sendo lançado o primeiro filme Mickey Mouse, em 1928. Porém, em 1929 a parceria dos irmãos Disney é substituída por quatro empresas: Walt Disney Productions.Ltd.; Empresas Walt Disney; Empresa de Investimentos e Imóveis Liled; e a Disney Film Recording Company.

Em 1986, o nome Walt Disney Productions é alterado para “The Walt Disney Company”, e se torna ainda mais famosa com o passar dos anos com a abertura de parques, aquisições de empresas como a Marvel, Pixar Animation Studios e Lucasfilm,

por exemplo. Diversificando seus produtos para filmes, redes de televisão e parques temáticos, se tornando um dos maiores estúdios de Hollywood.

O principal escritório da The Walt Disney Company no Brasil fica localizado na grande São Paulo inscrito no CNPJ 73.042.962/0004-20, mas também está presente nas cidades do Rio de Janeiro, Porto Alegre, Recife e Fortaleza. Em solo brasileiro, a Disney trabalha com produtos de consumo, cinema, eventos, canais de televisão, rádio, internet, games e outros.

O que fez a empresa se tornar modelo empresarial nos dias atuais não é apenas suas grandes produções cinematográficas, mas também seu modelo de gestão de pessoas, pois seu principal objetivo é "tornar as pessoas felizes" e para isso, a companhia tem como valores a criatividade, sonhos e imaginação, além da atenção aos detalhes para a preservação da "magia" da Disney. Tendo como principal missão, segundo a empresa The Walt Disney Company:

“A missão da The Walt Disney Company é entreter, informar e inspirar pessoas de todo o mundo através do poder de contar histórias sem paralelo, refletindo as marcas icônicas, mentes criativas e tecnologias inovadoras que fazem da nossa a principal empresa de entretenimento do mundo.”

O que levamos em consideração no nosso Projeto Integrado é o modelo de comportamento humano dentro da The Walt Disney Company, treinamento de pessoal, sua gestão e como trabalham em equipe para manter a magia mesmo nos momentos mais desafiadores em um ambiente empresarial.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Na linha do tempo do âmbito empresarial podemos perceber diversas mudanças, o uso da tecnologia, maquinários cada vez mais avançados, otimização do tempo mas o

principal é que, a mudança do comportamento humano nas organizações vem sendo mais estudado e valorizado nas empresas, a gestão de pessoas é bem mais do que folha de pagamento, e sim um diferencial estratégico empresarial que pode valorizar a competitividade da empresa.

Segundo McShane e Von Glinow (2015), o comportamento organizacional estuda as pessoas, suas percepções, decisões, o uso ou não da inteligência emocional, individualmente e nas suas relações enquanto equipe.”. Hoje os profissionais não buscam apenas retorno financeiro ou segurança, mas também motivação, realização, valorização, poder e etc., e assim o comportamento humano é variado de acordo com valores, crenças, necessidades de cada um.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

O conceito mais comum de equipe se define como um pequeno número de pessoas, com conhecimentos e movidos por um propósito em comum, com metas de desempenho e abordagens parecidas, pelos quais todos são mutuamente responsáveis pela execução. Equipes devem desenvolver uma mistura correta de conhecimentos em três áreas, sendo elas: Competência técnica e funcional, que são os conhecimentos específicos necessários à execução das tarefas; a capacidade para solucionar problemas e tomar decisões e conhecimentos interpessoais, isto é, uma boa comunicação para administrar conflitos.

Segundo Katzenbach e Douglas (1993), “O desempenho de um grupo de trabalho é resultado da soma dos desempenhos individuais.” E definir as abordagens que serão feitas pela equipe é de extrema importância, pois evita conflitos durante o processo, isto é, definir a função de cada membro da equipe, como estabelecer e manter o plano de ação e etc. Fazer parte de uma equipe significa que o sucesso irá depender da colaboração, compromisso, qualidade, confiança e responsabilidades mútuas.

A principal característica da equipe é a de que seus membros tenham como prioridade a consecução das metas da equipe, e se faz necessário que a diversidade entre os membros seja respeitada, tolerada e que todos busquem fazer uso positivo dessas

diferenças, exige solidariedade para se importar com os demais, habilidade de comunicação para esclarecer fatos e opiniões divergentes

Na The Walt Disney Company o processo de realização de trabalho em equipe ocorreu mudanças drásticas no decorrer do tempo, que segundo Disney, Walt, “De todas as coisas que fiz, a mais importante foi coordenar as pessoas que trabalham comigo e seus esforços para alcançar nossos objetivos.”.O criador de tantos personagens conhecidos sabia que o sucesso de um negócio não depende somente de uma grande ideia, mas também de sua capacidade de engajar outras pessoas à causa a ponto de fazê-las considerar seus os objetivos a empresa.

Para que a magia aconteça diante de nossos olhos existem diversos processos e preparo dos colaboradores, e Para construir relacionamentos de confiança com seus sócios e colaboradores, ele estava sempre preocupado com três pilares: Visão e valores (visão e valores pessoais são alinhados com os da empresa), Comportamentos acima de intenções (julgam as ações, não intenções) , Propósito antes de tarefa (discutem propósitos em comum, depois como realizaram as tarefas), e são recompensados pelo menor esforço extra que fazem de inúmeras maneiras, essa atitude mexe com a autoestima dos mesmos.

Tudo que Walt Disney fez em vida foi deixado como legado e até hoje a empresa preza por seus valores, seus colaboradores e parceiros devem estar alinhados com os valores e objetivos da empresa, pois assim como foi citado acima, esse é o maior desafio do trabalho em equipe, e é a maior estratégia da empresa , estando todos alinhados e motivados, qualquer desafio se torna pequeno diante de uma equipe forte e preparada.

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

O trabalho em equipe demanda capacidade de se relacionar com pessoas, e por mais que isso seja óbvio, o processo é muito mais complexo do que parece. O avanço da tecnologia trouxe uma individualidade onde a busca pela informação ficou ainda mais isolada, e assim cada vez mais autônomos e independentes, ficamos voltados para nossas próprias vontades e necessidades, nem que seja pelo instinto de sobrevivência.

Manter a equipe alinhada aos mesmos objetivos talvez seja a maior dificuldade de todas, com tantas opiniões e personalidades diferentes é desafiador todos entrarem em um bom senso comum, por isso se destaca no mercado de trabalho quem possui a capacidade de resolver conflitos e manter a harmonia na equipe com certeza é um grande sucesso. Entretanto, mesmo que isso aconteça é provável que algumas situações podem passar despercebidas ou serem enfrentadas de forma equivocada.

De acordo com Lencioni, Patrick (2002), “[...] o caminho para diminuir os possíveis problemas que ocorrem nos trabalhos em equipe é identificar e entender as dificuldades. Vencer esses problemas é o que garantirá a continuidade dos negócios.” E em seu livro o escritor apresenta os desafios da realização do trabalho em equipe considerando a falta de confiança, medo de conflitos, falta de comprometimento, fugir das cobranças e a falta de atenção aos resultados em uma pirâmide (Figura 1). Segundo ele, cada disfunção contribui para que outra aconteça como um efeito dominó.

A empresa nem sempre teve essa cultura, mas resolveu seus problemas tanto econômicos, quanto de gestão, valorizando suas equipes, dando a eles autonomia em suas ações, valorizando talentos e alinhando as equipes de acordo com os valores da empresa. A comunicação é constante entre os funcionários, problemas na empresa são resolvidos rapidamente já que o importante é que a resolução do grupo seja de acordo com os princípios da empresa e não necessariamente precisa de uma aprovação de um supervisor, etc. Mas para que isso aconteça, os profissionais são treinados e preparados para serem futuros líderes, não apenas um subordinados.

Todo cargo e profissional dentro da empresa é valorizado, assim os funcionários não há conflitos de poder em suas equipes, todos estão motivados, valorizados e entendem que o seu sucesso depende também de sua equipe. Claro que ainda existem problemas de comunicação e convivência a serem resolvidos,

mas o objetivo é demonstrar como solucioná-los da melhor forma para o funcionário e para a empresa.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

Para que uma comunicação seja eficaz nas organizações, ela deve provocar mudanças nas ideias e comportamentos. Caso não ocorra essas mudanças, pode se entender que ela não atingiu seu resultado. Portanto, para que a comunicação seja eficaz, devemos transmitir e expressar a mensagem com clareza, utilizando seus diversos tipos de canais de comunicação.

Eriros organizacionais e destacando seus principais pontos e características para a estaremos abordando a importância da comunicação oral e escrita nos cenários e excelência na comunicação organizacional tanto interna quanto externa.

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

A comunicação escrita é de extrema importância em uma organização, pois pode ser usada para vários diferentes tipos de comunicados, desde comunicados mais informais como o lembrete da festa de fim de ano, quanto o comunicado para uma importante reunião com fornecedores e clientes importantes para a empresa.

Na elaboração de uma mensagem segundo Stella (2015), existem etapas que sempre devemos ter em mente antes de elaborar a mensagem.

- Definir o objetivo do texto;
- Selecionar a abordagem do tema tratado;
- Hierarquizar as informações abordadas no texto e excluir as que não serão;
- Recorrer a elementos de fundamentação das ideias: dados, caso, exemplo, analogia, utilidade da informação, causa e consequência;

- Escolher palavras, formatação e recursos visuais adequados aos leitores e aos objetivos do texto para materializar a informação.

Para tornar a mensagem ainda mais eficaz, devemos levar em consideração o fator da adequação aos interlocutores, ou seja, tendo o conhecimento do público-alvo é um fato que ajuda na adequação da mensagem. Alguns pontos que auxiliará na identificação desse público-alvo é ter o conhecimento da atividade profissional, a imagem social, a idade e a região ou origem dos possíveis leitores que estarão recebendo essa mensagem.

Outro ponto muito importante na eficácia da comunicação, é a clareza dos objetivos que o texto irá apresentar. Nem sempre há um modelo a ser seguido em todas as situações, entanto o texto precisa ser adaptado e adequado em situações e nas necessidades dos receptores da mensagem. O objetivo de uma mensagem pode variar desde a solicitação de uma informação ao seu cliente ou fornecedor até o registro de decisões tomadas em uma reunião de processos da empresa. Com o objetivo da mensagem definido, devemos escolher como melhor iremos abordar e tratar do assunto, sendo uma mensagem direta, formal ou informal sempre tendo em vista a clareza e a objetividade na nossa mensagem, para obteremos com mais facilidade uma resposta para o tema abordado.

A organização do texto é outro ponto importante na elaboração de mensagens escritas. Como também não há um certo padrão na mensagem escrita, devemos saber como hierarquizar as informações no texto de modo que ficará mais claro e organizado para facilitar o entendimento da mensagem e receber respostas mais objetivas. Devemos saber esclarecer qual é o ponto principal da nossa mensagem deixando bem definida, também podendo ser necessário enumerar os pontos que desejamos que sejam esclarecidos para facilitar que o receptor da mensagem nos transmita respostas satisfatórias e que estejam bem claras e diretas. Temos também que ter cuidado para não adicionar informações desnecessárias, tornando a nossa mensagem confusa.

Saber diferenciar o envio de tipos de mensagens diferentes também é um ponto de muita importância dentro de uma organização. Nem sempre as mensagens enviadas serão neutras. Saber abordar mensagens como feedbacks e mensagens de momentos

nem sempre tão agradáveis devem ser incentivados quando comunicados da maneira correta. Quando a mensagem é de se dar um feedback negativo ou de recusa de uma solicitação tanto de cliente quanto do fornecedor, sempre deve-se amenizar a reação negativa e possíveis frustrações do receptor da mensagem com uma mensagem de suavização da mensagem negativa. Quando se deve comunicar mensagens positivas e negativas na mesma mensagem, é recomendado intercalar entre pontos negativos e positivos com a finalidade de amenizar o impacto que sua mensagem causará no receptor.

Com os meios de comunicação nos dias de hoje, é muito simples para a Disney continuar se destacando no mercado devido a sua excelência na comunicação com o seu público alvo. A Disney está sempre usando a tecnologia a seu favor, como por exemplo, em seu site exibe trailer de filmes, clipes de TV e experiências virtuais de seus parques temáticos. Com o conhecimento do seu público alvo, a Disney vem explorando seus principais personagens de cada público, atraindo mais e mais fãs e sempre estamos conectados e acaba sendo inevitável se deparar com algo Disney online e de seus personagens favoritos sendo como uma camiseta de um personagem ou trailers e trechos de filmes que fizeram sucesso, trazendo mais atenção à marca e conquistando mais clientes e fãs. A Disney está sempre inovando e dando a devida atenção voltada à cada público, seja do mais jovem com desenhos e filmes infantis até aos mais velhos, trazendo sequência de filmes que já fizeram muito sucesso no passado. E sempre o cliente vem em primeiro lugar, tanto quanto no atendimento ao público presente sem seus parques, quanto on-line, com clientes virtuais, sendo sempre cordiais e diretos com suas respostas, facilitando o entendimento das mensagens passadas ao cliente, sanando suas dúvidas ou no auxílio durante a aquisição de um bem ou serviço.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

As reuniões são indispensáveis em um mundo onde é necessária uma organização de grupo de trabalho, porém podem ocupar muito tempo útil e também

podem acabar sendo ineficientes. Em uma reportagem da Revista Exame, foi apontado que reuniões de temas pouco produtivos podem tomar até 10 horas de trabalho semanais de cada funcionário. Portanto devemos estar preparados para conduzir ou participar de reuniões para que esse tema de pouca produtividade não venha atrapalhar o desempenho da reunião. Sempre devemos ter os objetivos traçados, planejar o tempo tomado e somente convocar pessoas fundamentais para as tomadas de decisões são pontos necessários para a boa condução e a efetivação de uma reunião produtiva.

O principal ponto para se preparar uma reunião é ter seus objetivos claros e que justificam a sua necessidade, ou seja, é preciso conhecer seus objetivos e entender como alcançar esses objetivos.

Há vários tipos de reuniões, para diversas situações, tais como:

- Transmissão de informações ou conselhos
- Divulgação de instruções
- Mediação de conflitos
- Para tomar ou implementar decisões
- Gerar ideias
- Apresentação de propostas

Após a decisão de qual será o objetivo da reunião, devemos prosseguir para os próximos passos que são a escolha dos participantes, a quantidade de pessoas que será envolvida e as condições em que a reunião será realizada (Figura 2).

O condutor de uma reunião sempre deve planejá-la com antecedência, reservando salas ou definindo a área que mais se enquadra com o tipo de reunião, preparando todo o equipamento necessário com antecedência, decidindo quais os assuntos serão discutidos, comunicar os envolvidos na reunião, verificando se haverá participantes remotamente e enviar o rascunho da pauta, solicitando sugestões de tópicos e incorporar sugestões e fazê-las circular para que possam ser aprovadas em definitivo. Durante a reunião deve ser apresentado um resumo dos objetivos a serem atingidos e em seguida repassar a pauta para que nenhum dos tópicos importantes fiquem de fora. A condução da reunião deve ser feita de modo em que todos os envolvidos se sintam confortáveis em participar, não deixando que se estenda por muito

tempo, com a sensação de desgaste e improdutividade. A produtividade da reunião é um fato importante que devemos ficar, pois uma reunião improdutiva pode ocasionar perdas financeira para a empresa.

Na comunicação oral, tanto na formal quanto informal, é inevitavelmente parte da nossa vida. Nos ambientes organizacionais, usamos a palavra falada o tempo todo para muitas situações, que vai de um contexto totalmente formal até uma situação oposta informal sempre no adequando ao contexto. De acordo com Polito (1996), é importante falar bem pois nos proporciona muitos benefícios, dentre eles:

- É percebido como o reflexo de uma personalidade forte e segura
- Projeta e põe em evidências os conhecimentos que possui sobre o tema
- Colabora para o marketing pessoal de quem fala
- É um valioso recurso de persuasão
- Contribui para o crescimento profissional
- Proporciona melhores relacionamentos

Quando estamos com colegas de trabalho, amigos e familiares, nos sentimos confortáveis e não precisamos nos preocupar com a forma de nos comunicar, portanto há momentos em que a comunicação informal exige certa seriedade. Há certas reuniões em que não exigem formalidades, mas que precisamos estar sérios, um exemplo são as reuniões para resoluções de última hora ou de *feedback* e *brainstorm*. Por não ser uma reunião formal, não podemos confundir a informalidade com a falta de compromisso, portanto devemos estar atentos à alguns pontos da comunicação verbal, tais como:

- A Voz, pois cada pessoa possui um tipo diferente de voz e ela varia com o tom, a velocidade e o volume que cada pessoa se expressa. Para alcançarmos uma qualidade de voz em que estamos satisfeitos, podemos aperfeiçoá-la, mas é uma característica difícil de ser alterada, mas que pode ser amenizada quando se controla a altura e a velocidade da fala. Polito (2018), recomenda o cuidado com o ritmo da fala, pois o sucesso de uma comunicação está na alternância do volume da voz e na velocidade da fala.
- A Adaptação, também é um ponto fundamental para a comunicação oral, pois mesmo em situações informais devemos adaptar o que vai ser dito, pois o modo

que falamos que os nossos amigos ou colegas de trabalho, não é o mesmo jeito que devemos falar com o nosso líder ou superior.

Quando a comunicação é formal, além da adaptação à situação, precisamos nos atentar para outros critérios como o público que estamos nos dirigindo e ao tempo de fala. Especialistas apontam outros detalhes que devem ser observados na comunicação formal, como:

- O conhecimento do assunto, sempre devemos ter uma preparação prévia do assunto que iremos abordar, eliminar o máximo de dúvidas possíveis e estudar bem as perguntas para dar respostas mais adequadas ao público. Essa preparação prévia, irá auxiliar com a confiança e sentir mais seguro para falar diante o público. Também conforme mencionado por Polito (1996, p. 64) “[...] quanto mais profundo o conhecimento do assunto, maiores as chances de comunicação”.
- O tempo, sempre saber o tempo de fala que temos em determinadas situações é importante, pois podemos nos preparar treinando o que iremos falar e o tempo de fala, pois conseguimos preparar o material caso ele seja insuficiente e caso exceda o tempo podemos adaptar, especialmente em palestras e cursos.
- A Prática leva à perfeição, o planejamento, a prática e o tempo estão totalmente ligados. Quanto mais praticarmos, melhor será a nossa comunicação com os públicos.
- Envolvimento do público, é importante o envolvimento do público desde o início da apresentação. Devemos interagir e conhecer o público nos quais estaremos interagindo. Podemos procurar saber qual a faixa etária do público, ou interesses e profissões, pois com isso podemos nos adaptar à linguagem e o tom de voz no qual iremos estar usando e se o conteúdo está sendo relevante ou não na comunicação com o público.

Com o desafio da comunicação formal, muitas pessoas acabam ficando com medo ou ansiosos diante uma grande plateia, pois pode existir um grande número de pessoas especializadas e geralmente a causa desse medo pode estar envolvida com a falta de prática ou experiência, o não conhecimento com profundidade do assunto e a falta de autoconhecimento, conforme apontadas por Polito (1996). É recomendado

conhecer a causa do seu medo e conhecer a sua forma de falar com bastante prática e ensaios para entender seus pontos fortes e fracos.

Durante uma apresentação formal, muitas vezes, gera nervosismos e ansiedade. Por conta dessas sensações pode ocorrer vários problemas durante a apresentação tendo o resultado de algo inesperado. Por isso, devemos nos atentar a situações e ao seu contexto desde o início do planejamento:

- Quanto ao público, devemos ter em mente se iremos nos apresentar à um grande ou pequeno grupo de pessoas. Com essa informação temos que nos preparar para o tom de voz que iremos usar, se será necessário o auxílio de recursos eletrônicos, como microfone e caixa de som.
- Quanto a linguagem, devemos interagir com o público extraindo informações de formação, profissão e idade das pessoas no geral, adequando a linguagem com o público. Se estivermos diante de um público mais especializado, devemos usar uma linguagem mais formal e com uma norma mais culta. Se por outro lado estivermos realizando uma apresentação mais informal para um público mais jovem, podemos usar uma linguagem mais informal e até mesmo interagir com o público por meios de piadas para quebra de gelo.

Para a preparação e condução de uma apresentação, existem diversas técnicas que podemos utilizar para torná-la mais eficaz. Um exemplo é a escolha dos tópicos, que devemos escolher um que temos mais familiaridade, devemos levar em consideração o nosso conhecimento sobre o tema e o público. Também devemos tomar cuidados na hora de nos prepararmos para não comprometer a qualidade da apresentação, pesquisando muito e ter pleno domínio do tema apresentado. Geralmente, uma apresentação formal se divide em introdução; corpo e conclusão. Na introdução, devemos ajustar as expectativas com o público e entre o público e o conteúdo. No corpo devemos saber como separar os conteúdos e saber mensurar os assuntos para que não passe muito tempo em um assunto e outros acabam ficando de fora. E na conclusão o condutor deve fazer um apanhado geral de tudo que foi mencionado e realizar o fechamento das ideias para que fique claro ao público. Escolher o método da apresentação também é um fator que deve ser levado em consideração. Existe o método improvisada, lido ou memorizada. Também devemos atentar a linguagem não verbal

durante a apresentação, como os gestos, postura corporal, maneira de falar, forma de se vestir, de andar e a expressão facial que ficam muito exposta quando estamos diante um público. Muitos gestos podem se tornar uma distração para a comunicação com a plateia, mas o oposto também, quando os apresentadores ficam muito tempo parados, podem perder a atenção dos espectadores facilmente.

Há diversos modos de apresentação, mas conforme citado anteriormente, os mais tradicionais são: improviso, leitura e memorização.

- O improviso, é quando precisamos fazer uma rápida apresentação sobre um tema que dominamos.
- Apresentação lida, ocorre quando temos um material disponível para apoio para a leitura. Essas apresentações costumam ser bastante entediantes se a leitura predominar durante a apresentação toda.
- A memorização, seria a maneira mais difícil de se realizar uma apresentação, pois exige muita segurança do tema que será abordado.

No entanto se recomenda uma variação nos modos de apresentação, sempre disponibilizar um material de apoio para uma leitura, memorização de certas partes que não há o domínio total e o improviso para perguntas abertas ao público.

No caso da Disney a comunicação com o cliente foi crucial, pois de 1971 até 1993, ela seguia com uma gestão muito engessada, com o pensamento de eu mando e você obedece pois é pago para isso. E em 1992 a Disney quase foi a falência por conta desse modo de comunicação entre os chefes e os funcionários. Foi então que solicitaram a ajuda do vice-presidente da Euro Disney, uma de suas filiais, que foi o responsável pela a reinvenção do modo de funcionar da Disney. Ele decidiu que iria ouvir mais os clientes que estavam entrando, porém não estava retornando. E foi ai que percebeu que os clientes estavam em busca da realização de um sonho, de felicidade. Foi então que ele decidiu que precisava de inovação, de personagens atraentes, de atrações novas e emocionantes, de um ambiente acolhedor que geraria a felicidade. Começou a trabalhar em líderes para que houvesse essa mudança para gerar felicidade e realizar sonhos. Muitos resistiram a essas mudanças e infelizmente foram dispensados. Os líderes da Disney, estão sempre treinando seus liderados para ser novos líderes, sempre

incentivados à entregar o melhor para o cliente, pois o cliente interno tem um reflexo da empresa na sua forma de tratar o cliente externo, se o funcionário não está muito feliz, ele deixa evidente ao cliente que está tendo dificuldades dentro da empresa. Todo funcionário tem a autonomia total sobre os assuntos que se trata da organização em geral, para poder sempre estar cumprindo as quatro chaves que são fundamentais, que são chamadas de chaves da excelência, nas quais são; segurança, cortesia, show e excelência. Se o funcionário tem o êxito em entregar a proposta da Disney pela comunicação e a interação que há com o cliente, ele se sentirá satisfeito com o cliente e de certa forma estará sempre indicando o cliente para outras pessoas e com certeza voltará em busca dos serviços que a Disney presta aos clientes. Se a organização não dá uma certa atenção ao seu funcionário, de certo modo ela está saindo prejudicada, pois o cliente pode não ter ficado satisfeito com o serviço que o funcionário exerceu por não estar totalmente satisfeito com a empresa e também pode não indicar os serviços daquela empresa para outros clientes.

4. CONCLUSÃO

Com os vários meios de se comunicar nos dias de hoje, tanto informalmente com colegas de uma mesma organização, até mais formalmente com um importante cliente de uma organização, é importante saber se adaptar de acordo com a situação tanto em sua comunicação até em seu comportamento. Sempre devemos levar em consideração o modo em que o companheiro de trabalho ou o possível cliente se comporta ou até que ponto devemos nos comportar informalmente e quando devemos ser mais formais, são estratégias que devemos adquirir quando estamos inseridos no ambiente empresarial.

Com os temas abordados acima, é importante notarmos que devemos nos prevenir durante uma apresentação, com estudos de temas que não dominando, nos permitindo o auxílio de periféricos como projetores e microfones no caso de não conseguir projetar sua voz para todos os participantes ouvirem, ou até também em textos auxiliares para leitura. Caso sua apresentação seja muito formal com uma possível plateia com grande conhecimento no assunto, é importante conhecer seus medos e fazer uma busca mais profunda para o esclarecimento de dúvidas da plateia.

Pegando como base o cenário atual de COVID-19, vimos que a empresa escolhida está agindo de forma coerente com os seus valores. O trabalho em equipe nesse cenário é mais cobrado pois exige de cada colaborador um esforço extra para que a equipe alcance o sucesso nesse período caótico, várias reuniões que serão realizadas remotamente para manter os trabalhos da empresa atualizados e reforçando ainda mais a motivação de seus funcionários, sempre tentando expressar da melhor forma suas ideias para evitar transtorno no recebimento de uma mensagem, seja na hora de se expressar oralmente ou de forma escrita.

Comunicação e comportamento humano são assuntos mais complexos que parecem, com tanta tecnologia no mundo atual nos tornamos individualistas e esquecemos que no ambiente empresarial ninguém fará sucesso sozinho, o presidente da empresa precisa do trabalho do colaborador assim como o colaborador depende do presidente.

The Walt Disney Company e seu criador são grandes exemplos de como a comunicação e valorização de uma boa estratégia de gestão são um diferencial que geram competitividade, e para que a magia aconteça é necessário desempenho e motivação de todos, unindo a diferença de comportamentos e uma boa estratégia de comunicação para o sucesso empresarial e pessoal.

REFERÊNCIAS

Canal Tech (<https://canaltech.com.br/empresa/walt-disney/>) : Tudo sobre Walt Disney Company.

Chiavenato, Idalberto. Recursos Humanos: O capital humano nas organizações. 9ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Lencioni, Patrick. Livro “5 desafios das Equipes – Uma fábula sobre liderança” (2002)

Lima, Juliana. O comportamento humano nas organizações (<https://administradores.com.br/artigos/o-comportamento-humano-nas-organizacoes>), Administradores.com, 2016.

Marcondes, Sérgio. Trabalhos em Equipes: O que é? Conceito, Significado, Importância. Blog Gestão de Segurança Privada (<https://gestaodesegurancaprivada.com.br/trabalho-em-equipe-conceito-importancia-e-caracteristicas/>). Publicado 2016 e atualizado 2019.

Marques, José Roberto. A importância na comunicação escrita (<https://www.jrmcoaching.com.br/blog/importancia-da-comunicacao-escrita/>), 23 de maio de 2018

Marx, Roberto. Trabalhos em grupo e autonomia como instrumentos de competição: experiência internacional, casos brasileiros, metodologia da implantação. São Paulo: Atlas, 1997.

MCSHANE, S. L.; VON GLINOW, M. A. Comportamento organizacional: conhecimento emergente, realidade global. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2015

Mello Noble, Debbie. Comunicação e Expressão. SAGAH

Pereira, Ertha. O efeito da comunicação oral e escrita na vida das pessoas (<https://administradores.com.br/artigos/os-efeitos-da-comunicacao-oral-e-escrita-na-vida-das- pessoas>). 10 de julho de 2013

POLITO, R. Aproveite bem a sua voz. 2018. Disponível em: . Acesso em: 07 nov. 2018.

POLITO, R. Vença o medo de falar em público. São Paulo: Saraiva, 1996.

STELLA, V. R. Principais desafios ao redigir textos corporativos. 2015. Disponível em: . Acesso em: 24 nov. 2018.

The Walt Disney Company. Site oficial. (<https://thewaltdisneycompany.com/>).

ANEXOS



(Figura 1)

Quadro 1. Tipos de reuniões conforme objetivos

Objetivos	Condições	Tipo
Estudar informações (divulgar ou receber relatórios, dar instruções, anunciar e explicar mudanças de métodos)	Envolve, no máximo, três pessoas	De poucas pessoas
	Envolve uma equipe	Formal
	Requer feedback e discussão	Informal ou formal
	Envolve informar o máximo de pessoas de fora da organização, inclusive a mídia	Assembleia pública
	Envolve palestrantes que trazem informações	Conferência
Resolver problemas	Diz respeito a apenas uma pessoa	One-on-one (um a um)
	Requer dados de várias pessoas ou uma equipe	Subcomissão especial
	Lida com problemas urgentes	Improvisada/ de incidente
Tomar decisões	Requer discussão rápida ou envolve temas não regulamentares	Improvisada
	Envolve temas comuns do negócio	Formal
	Requer autorização ou uma maior discussão	Conselho
Estimular novas ideias	Envolve a discussão de ideias criativas	Informal
	Precisa de novas ideias rapidamente	Brainstorm (tempestade de ideias)
	Envolve relatórios sobre temas a serem pensados, discutidos e preparados	Formal

Fonte: Adaptado de Hindle (1999).

(Figura 2)