



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

COCA-COLA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

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

PROJETO INTEGRADO
A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL
COCA-COLA

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

BRUNA MACIEL SILVA, RA 1012022100417

MARIANA MARUM MOUKARZEL, RA

101202210056

MARIA VITORIA DA SILVA LATANSI, RA

1012022100230

GABRIELA SILVA PAZ, RA 101201910006

SHAYENE F.PAINA OLIVEIRA, RA 1012022100269

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	6
3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE	6
3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE	7
3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	10
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	10
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	11
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	13
3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	13
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	18
4. CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS	20

1. INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho está cada vez mais competitivo, com isso as empresas buscam novas tecnologias, novos processos e inovações para se manterem fortes no mercado. A mudança é extremamente necessária nesse contexto e a comunicação organizacional tem relação direta nesse processo, pois é considerada essencial para a implementação eficaz do processo de mudança.

Em relação a comunicação, muitas têm sido as mudanças ao longo dos anos, destacando-se as formas com que tem sido implantada e as estratégias que são utilizadas. Os setores responsáveis pela comunicação das organizações precisam se reinventar, utilizando novas ferramentas tecnológicas de comunicação, como as mídias sociais e um discurso de onde os empregados também possuam o poder da palavra, tirando a barreira entre os níveis hierárquicos.

A comunicação é um processo de troca de informações entre duas ou mais pessoas e a necessidade de se comunicar dos seres humanos, é uma questão de sobrevivência. Nas organizações não é diferente, as empresas necessitam de uma comunicação eficaz para sobreviverem ao mercado competitivo.

A comunicação organizacional é um processo novo, que até a década de 1980, era utilizado de maneira ilusória pelas empresas, sendo que o termo “comunicação organizacional” era desconhecido.

A comunicação organizacional é fundamental em qualquer âmbito da empresa, desde o ambiente fabril, até os mais altos níveis hierárquicos corporativos.

Um bom diálogo garante não só um alinhamento de objetivos, como também estimula o engajamento, interação, pertencimento, desenvolvimento e compromisso do colaborador com o local onde ele trabalha.

Ao longo dos anos, têm sido muitas as mudanças no que se refere à comunicação, nas formas que esta assume, nas estratégias que são utilizadas, na importância que esta tem nas relações, quer pessoais, quer profissionais. Nos dias de hoje, fruto de uma sociedade que desenvolve e quebra barreiras de comunicação a um ritmo fulminante, estas mudanças tiveram e têm um impacto crescente na dimensão da sua importância.

Nos tempos atuais, a visão sobre os colaboradores alterou-se e estes são considerados como a principal fonte do sucesso organizacional, um capital humano, que simboliza a importância das pessoas para a eficiência e eficácia organizacional.

Quando a comunicação passa a ser feita de modo integrado dentro da empresa, uma

linguagem em comum é feita e entendida por todos, estabelecendo um comportamento homogêneo entre os colaboradores. O impacto é refletido nos diversos setores da empresa, que passam a trabalhar de forma conjunta, tendo como fio condutor os objetivos gerais da organização, mas sempre respeitando as metas e objetivos específicos de cada departamento.

A comunicação está entre as estratégias mais importantes e necessárias para o bom relacionamento, seja ele pessoal ou profissional. A produtividade e os resultados entregues pelas equipes podem ser estimulados quando você investe tempo e esforços na melhoria da comunicação. Com uma boa comunicação, é possível fazer com que todos abracem na mesma direção, canalizando suas forças. Pode criar e fortalecer a cultura organizacional da empresa. Por outro lado, quando isso não acontece, fica muito mais difícil alcançar os objetivos organizacionais.

Para alcançar seus objetivos no mercado uma empresa precisa de colaboradores alinhados e que entendam o que deve ser feito. Essa, talvez, seja a característica que mais aponta um verdadeiro time de um simples grupo de empregados.

Toda e qualquer ação das empresas deve ter sentido para as pessoas que nela trabalham. Assim, o colaborador, ao ter consciência da sua importância para o todo da organização, tende a desempenhar o seu trabalho com mais eficiência, e a comunicação é estrategicamente importante para garantir que isto aconteça.

Estabelecer e manter a prática do feedback e mostrar disponibilidade para recebê-lo, reforçar os valores que dão suporte à cultura organizacional, identificar os canais de comunicação da empresa mais aderentes e utilizá-los, adequar a linguagem do que se quer comunicar para garantir a correta compreensão, priorizando objetividade e simplicidade, são algumas ações simples, que não exigem investimentos e que podem proporcionar resultados positivos na relação com equipes geograficamente descentralizadas.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

2.1 RAZÃO SOCIAL

Coca Cola Indústrias Ltda

2.1.2 CNPJ

45.997.418/0001-53

2.1.3 ENDEREÇO

Atlanta, Geórgia, Estados Unidos

2.1.4 ATIVIDADE

Fundada em 1886 por John Styth Pemberton, a Coca-Cola atua em sete segmentos do setor de bebidas não alcoólicas como: águas, chás, refrigerantes, sucos, energéticos, hidrotônicos e lácteos, com uma linha de mais de 150 produtos, entre sabores regulares e versões de baixa caloria. A marca tem presença em 10 países na América Latina e é conhecida por 99,9% da população mundial. Atualmente mais de 900 milhões de garrafas do refrigerante são vendidas diariamente em mais de 200 países.

O Brasil representa o terceiro maior volume de vendas para a Coca-Cola, atrás dos Estados Unidos e do México. Assim gerando mais de 500 mil empregos indiretos. Com o compromisso de produzir, engarrafar e distribuir tais produtos por todo o país, de acordo com o padrão de qualidade Coca-Cola.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

As pessoas são os bens mais valiosos que existem em uma organização, e obviamente gostam de se sentirem importantes e parte da empresa, já que, a partir disso, elas se motivam mais a trabalhar.

Deste modo, há diversos fatores que despertam o interesse dos funcionários pelo trabalho, ou ao menos eliminam ou minimizam insatisfações, que possam existir no cotidiano laboral, contribuindo, desta forma, para elevar a eficiência de sua empresa e o nível de satisfação pessoal dos colaboradores.

A cultura organizacional da Coca-Cola se baseia fortemente no bem-estar dos profissionais. Dentre seus pilares está a crença de que o sucesso da empresa depende diretamente de funcionários comprometidos e motivados.

Por isso, a empresa cobre todos os gastos dos funcionários com saúde, incluindo tratamento psiquiátrico, psicológico, além de atendimento especial para os filhos, seguro de vida, desconto em produtos, vale alimentação, vale transporte entre outros benefícios.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

O trabalho em equipe vem sendo cada vez mais adotado pelas empresa, pois essa forma de trabalho traz grandes benefícios, tanto para a empresa quanto para os colaboradores, entre eles estão: Compartilhamento de conhecimentos, aumento da produtividade, melhoria no clima organizacional e o engajamento da equipe.

Além disso, colaboradores unidos e com sintonia no ambiente corporativo, juntam esforços e se ajudam entre si, e isso pode ser considerado um fator competitivo no mercado de trabalho por estimular o sentimento de pertencimento a uma empresa, diminuindo o turnover.

Principais habilidades para desenvolver um trabalho em equipe:

- **Respeito**

É necessário respeitar as opiniões, ideias e pensamentos dos colegas, pois um relacionamento conturbado influencia no ambiente de trabalho e nos resultados que a organização pede.

- **Confiança**

No ambiente profissional, a confiança gera um senso de pertencimento e une as pessoas. Isso porque é capaz de criar um elo entre os colaboradores quando todos sabem que estão no mesmo barco e podem pedir ajuda quando necessário. Além disso, a confiança com certeza irá influenciar no sucesso e crescimento do negócio.

- **Boa comunicação**

De maneira geral, melhorar a comunicação no ambiente de trabalho contribui para propor soluções, expor ideias, explicar estratégias, fazer acordos, etc, de maneira clara e objetiva.

- **Proatividade**

O profissional proativo antecipa as suas necessidades e toma as medidas necessárias sem precisar pedir autorização para a liderança. Para isso, é importante que o gestor estimule a equipe a identificar situações problemáticas antes mesmo de acontecerem. Um grupo com colaboradores proativos, geralmente, tem ótimos resultados e otimiza os processos

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

É preciso ter um time preparado para atender às principais demandas e resolver os problemas dos clientes, isso faz com que a empresa conquiste o mercado e garanta a lucratividade. Os funcionários precisam estar bem treinados e motivados. No entanto, sabemos que no dia a dia organizacional acontecem diversos problemas que dificultam o trabalho em equipe.

Considerando que o seu time precisa estar unido para que possam se ajudar sempre que surgir alguma dificuldade, é preciso reconhecer quais são os principais fatores que impedem que isso aconteça. Afinal, quanto mais problemas internos a empresa tem, maiores são as chances de não realizar um bom atendimento e não conquistar clientes promotores.

4 Fatores que dificultam o trabalho em equipe e como evitá-los?

- **Falta de comunicação**

Um dos principais problemas dentro das empresas é a falta de diálogo. Por isso, é importante contar com a ajuda da tecnologia, investir em um bom software que permita uma comunicação rápida e eficaz entre todos os membros da equipe.

Além do mais, manter reuniões periódicas com a equipe é essencial para alinhar os objetivos e trocar ideias de melhoria constante, isso faz com que todos organizem suas tarefas, e assim evitam deixar o cliente sem resposta.

- **Falta de sintonia entre a equipe**

Todos os membros da empresa precisam estar preparados para proporcionar ao cliente uma experiência única e inovadora. Por isso, é necessário investir em um clima organizacional produtivo e ter a certeza de que a equipe se dará bem, isso irá fortalecer os relacionamentos internos.

Então, saiba que atividades como gincana e gamificação são excelentes estratégias para que a equipe entre em sintonia e aprenda a trabalhar em conjunto de uma maneira sadia e eficaz.

- **Falta de um gestor preparado para liderar a equipe**

Um bom gestor precisa ter uma boa comunicação com seus colegas de trabalho, ser aberto ao diálogo e reconhecer todos os acertos e conquistas do seu time. Ele deve elaborar estratégias para fortalecer os relacionamentos da equipe e ser visto como um verdadeiro exemplo a ser seguido pelos seus funcionários.

Uma possibilidade é investir em uma boa pesquisa organizacional focada para conhecer o que os funcionários pensam sobre a liderança. A Partir disso, basta analisar os resultados junto às taxas de turnover e absenteísmo. Assim, conseguimos identificar se o líder está, de fato, motivando a equipe ou se está somente afastando os verdadeiros talentos da sua empresa.

- **Não saber delegar as tarefas de uma maneira justa**

Cada pessoa tem seu modo e ritmo de trabalhar, e isso precisa ser respeitado. Por essa razão, é fundamental investir em bons programas para monitorar o desempenho individual de cada membro da sua equipe. Através disso, é possível perceber se o funcionário não está

produzindo o tanto que deveria, e assim solicitar ao gestor para conversar com ele e identificar o que está acontecendo, se é a falta de algum recurso, algum problema com a equipe ou qualquer outra situação.

Por isso a Coca Cola tem um plano de desenvolvimento para a liderança. A empresa procura formas de inovação nos seus processos e produtos. Seus colaboradores contam com um Plano de Desenvolvimento que fortalece suas competências de liderança, funcionais e técnicas. Com o objetivo de determinar qual formação é mais adequada para cada um. É realizado um diagnóstico para detectar necessidades de treinamento mediante as ferramentas como assessment, avaliação 360 e entrevistas comportamentais; posteriormente é desenhado o estilo de aprendizagem personalizado que está composta de experiências críticas através do trabalho, processos de colaboração como feedback, acompanhamentos, mentoring e coaching, assim como de treinamento síncrono e assíncrono. A empresa investe mais de R\$11.9 milhões em treinamentos para que seus funcionários desenvolvam suas habilidades e se aperfeiçoem profissionalmente.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

A comunicação é essencial para o ser humano e a necessidade de se comunicar abrange todos os meios de comunicação, principalmente na era tecnológica que vivemos.

O ato de se expressar passou a ser uma necessidade para o convívio social e empregacional, atualmente busca-se no mercado de trabalho pessoas com boa comunicação e expressividade, sendo requisitos para preenchimento de vagas a comunicação oral quanto a escrita.

Saber se comunicar de forma oral e escrita é necessário, mas essa comunicação deve ser realizada de forma eficaz, ou seja, saber empregar os diferentes recursos da comunicação nos variados contextos e ambientes sociais e no meio de trabalho.

Pode se afirmar que, a comunicação oral se difere da comunicação escrita, pois empregam diferentes recursos, sendo necessário para a comunicação oral a suposição do contato direto entre as pessoas, já para a comunicação escrita o contato entre as pessoas passa a ser indireto.

Ao refletir acerca dos avanços dos meios de comunicação deve se levar em conta o crescente descuido em relação à forma escrita e falada da língua portuguesa, tal descuido pode ser relevado em casos de comunicação informal entre amigos, mas não deve ser tolerado em ambientes formais como ambiente de trabalho, de estudo e sociais.

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

Ao tratar da comunicação escrita deve-se observar se esta mensagem é eficaz, ou seja, o que escrevemos deve sempre ser compreendido pelo interlocutor.

Na empresa analisada neste projeto, The Coca Cola Company, mundialmente conhecida por ser pioneira no marketing de seus produtos, e em suas propagandas as mensagens transmitidas aos interlocutores é sempre clara e objetiva e muitas vezes capturam a emoção de quem consome seus produtos.

A linguagem utilizada em suas propagandas visa associar a Coca Cola aos momentos de felicidade de seus consumidores, assim aproximando o produto vendido ao consumidor com o slogan "abra a felicidade".

Porém, não basta somente realizar marketing elaborado se não há comunicação com o público, a Coca Cola busca se conectar emocionalmente com quem a consome, e procura

transmitir as sensações que seu produto irá causar, portanto, a comunicação escrita eficaz da empresa em questão é atingida através da emoção.

Por ser uma empresa com mais de 100 (cem) anos de história e acompanhar a evolução dos meios de divulgação através das décadas, a Coca Cola se tornou exemplo de marketing consolidado, porém atualmente encontra novos desafios para continuar inovando no mercado sem alterar seu produto.

No entanto, sua comunicação escrita é carregada de positivismo utilizando palavras afirmativas como "felicidade" e "otimismo", decorrendo um maior cuidado ao elaborar textos para se comunicar com o público, uma vez que, qualquer deslize cometido poderá mudar a forma que os interlocutores veem seu produto, ainda mais na era digital que vivemos, na qual qualquer informação pode ser compartilhada em segundos.

Portanto, torna-se evidente a necessidade da comunicação disseminada pela Coca Cola ser a dose de felicidade encontrada naquele produto, passando a extrema necessidade de não ser associada ao negativo, sendo este tipo de estratégia utilizada pela empresa desde a II Guerra Mundial (1939-1945).

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

Primeiramente, dissertamos a respeito da diferença entre comunicação formal e informal, a primeira se dá pela transmissão de informações por meios formalizados, ou seja, dentro de uma empresa utiliza-se os canais pré estabelecidos.

Já a segunda, se dá de forma espontânea através da estrutura informal geralmente é composta de assuntos não relacionados à empresa.

Certamente, em uma empresa utiliza-se a comunicação formal sendo imprescindível para o "combate" de rumores, boatos e informações falsas no ambiente de trabalho. Porém, atualmente há empresas que fazem uso da comunicação informal em seu meio com o uso de modelos flexíveis de gestão.

Por certo, em estruturas organizacionais a comunicação oral se faz mais que necessária para que haja comunicação clara e concisa em reuniões corporativas, uma vez que, analisa-se o objetivo da empresa, podendo haver reuniões periódicas de acordo com o grau de necessidade dividindo-se em: eventual, programada, extraordinária ou de emergência com o propósito de realizar reuniões produtivas para que assim se obtenha trocas de informações

sobre os assuntos da empresa.

Os meios de comunicação internos variam de e-mails, palestras, reuniões de equipes e feedbacks, atualmente a divisão de tarefas dentro da empresa é realizada em times.

A Coca Cola Brasil, possui uma estrutura organizacional interna dividida em: Presidência, Diretoria de Comunicação, Marketing Corporativo e Coordenadoria de Comunicação Interna, sendo esta última dividida em: Agência de Webdesign e Agência de Publicidade.

Os meios informativos utilizados como ferramentas da Comunicação Interna são: revista “Bebendo da Fonte”, intranet que possui conteúdo relevante ao dia a dia dos funcionários, jornal mural com divulgação das ações da empresa e reuniões informativas periódicas.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

- **Construindo relações com a comunicação eficaz**

Através da comunicação construímos relações entre pessoas, por isso a comunicação está presente em toda evolução dos seres humanos. Podemos pensar que para se comunicar é muito fácil e simples, mas não é bem assim. Para termos uma comunicação eficaz precisamos garantir o entendimento da mensagem emitida e uma confirmação de quem a recebeu.

Existem dois tipos de diálogos que são analisados em uma conversa que facilita o entendimento da mensagem. Um deles é por meio de palavras e o outro é pelo tom de voz. Uma pessoa pode até dizer em palavras que está bem, porém seu tom de voz desanimado, desmotivado ou a fala baixinha, pode dizer o contrário de estar bem.

Na comunicação utilizamos também a linguagem corporal, através de gestos, caretas, movimentos com as sobrancelhas, volume e tom de voz que pode ser alterado dependendo de nossas emoções como raiva, tristeza e felicidade.

E falando em emoções, é comum nos comunicarmos e em seguida percebermos que não era bem o que queríamos dizer e tentar contornar a situação falando de outra maneira que expresse melhor a mensagem pretendida.

A comunicação eficaz precisa ter clareza, objetivo e coerência. Antes de iniciar uma comunicação, pense qual seria a melhor forma de se expressar e garantir o entendimento do receptor da mensagem.

Aquele ditado que a primeira impressão é a que fica muitas vezes se torna verdade. Nosso corpo se comunica o tempo todo e nossa fala deve estar alinhada com o nosso modo de se comportar diante de uma entrevista, reunião ou até mesmo pessoalmente com alguém que você precise passar uma mensagem clara e objetiva. Procure manter a calma, mantenha o contato visual para mostrar seu interesse em estar ali, durante a conversa acene com a cabeça de forma a demonstrar que está compreendendo a mensagem que está recebendo.

As organizações atuais buscam uma melhor comunicação com seus colaboradores, estão mais abertas a opiniões e sugestões. Para que as organizações se comuniquem de forma eficaz com os colaboradores, o primeiro passo é ouvi-los. Muitas vezes temos opiniões

formadas sobre algumas pessoas, alguns assuntos sem nem mesmo conhecê-los. Nossa opinião pode ser positiva ou negativa, por isso é importante deixarmos nossa opinião de lado e procurar ouvir e entender as pessoas para se iniciar uma relação.

- **Diálogo e o poder de uma boa conversa**

Com tanta tecnologia, o ritmo acelerado em que a maioria das pessoas vivem hoje em dia, o diálogo está se tornando cada vez mais raro. Um simples papo na porta de casa com amigos, uma ida à padaria que acabava virando uma conversa por horas com a vizinha pode ser considerado diálogos. Por mais que a tecnologia facilite nosso dia a dia, ela não pode expressar nossos verdadeiros sentimentos como é feito em uma conversa pessoalmente. O diálogo nos possibilita desabafar, contar algo que nos magoa resultando em uma leveza ao final dele. Nas redes sociais expomos nossas vidas e conseguimos saber da vida de várias pessoas por meio de postagens, fotos, vídeos, mas será que tudo que é postado é real? Uma pessoa feliz na foto está realmente feliz fora da foto?

No ambiente de trabalho o diálogo é importante nos momentos em que conflitos e problemas precisam ser resolvidos. Por meio do diálogo, um grupo pode expor as ideias e juntos chegarem a um consenso. Para que o diálogo em grupo não fique confuso é preciso que todos tenham seu espaço para expor o que pensa, respeite a opinião do outro, esteja seguro para expor suas ideias e enquanto um estiver falando todos fiquem atentos.

A roda de conversa é um dos métodos mais eficazes para organizar um processo de diálogo e é dedicado a determinado tema. O mediador é aquele que se dispõe em organizar essas conversas e tem papel fundamental para um diálogo eficaz. A roda de conversa é estruturada pela abertura, onde o mediador dá espaço para a apresentação dos participantes e o tema que será discutido. Ao desenvolver a conversa, o mediador inicia as perguntas conforme já planejado e comunicados a todos os participantes. Antes de encerrar a conversa, todos devem ficar em silêncio e refletindo sobre o tema debatido. Após a reflexão os participantes devem expor suas impressões sobre a conversa.

O papel do diálogo é unir pessoas, solucionar problemas, um grande aliado para resolução de conflitos. Muitos conflitos, brigas e discussões poderiam ser evitadas se optassem pelo diálogo.

Além disso, o diálogo é um caminho para o desenvolvimento profissional, pessoal, auxilia na comunicação humana e pode resgatar os afetos que ficaram para trás, as boas conversas e os tempos passados.

- **Comunicação eficaz escrita: a importância da mensagem**

A comunicação escrita é muito importante porém difícil. Não é difícil apenas ter que escrever corretamente as palavras com as pontuações e acentos necessários, mas sim fazer dessa comunicação escrita uma comunicação eficaz. Para cada situação temos um tipo de texto que deve ser utilizado.

Os principais deles são:

- **Narração:** Texto narrativo que produz uma narração (Exemplos: contos, poemas, fábulas e romances).
- **Argumentação:** Técnica que defende um ponto de vista, utilizando coerência textual, referências bibliográficas, dados e estudos científicos.
- **Relato:** Seu objetivo é documentar um fato, percepção ou experiência. Tipo de texto utilizado para realizar uma ata de reunião ou relatório de trabalho.
- **Exposição:** Utilizados principalmente para fins acadêmicos, seguindo regras e normas de formatação.
- **Descrição:** O objetivo dessa modalidade é criar orientações, regras, leis, manuais e instruções normativas.

Para estruturar um texto devemos desenvolver de maneira que tenha início, meio e fim. Ou seja, o primeiro passo é a introdução onde deve-se mencionar a situação ou problema, criar uma reflexão do que está por vir no desenvolvimento do texto. A segunda parte é onde começa a ser explicado a situação ou problema citado na introdução mantendo a coerência. Para concluir pode ser feito uma reflexão do texto, conectando todas as ideias apresentadas anteriormente, fazendo com que o leitor reflita sobre o que leu.

Com a tecnologia temos alguns editores que passaram a ser nossos aliados quando precisamos escrever um texto. Para escrever um bom texto deve se ter conhecimento da gramática e ortografia, os textos escritos a mão exige mais atenção pois não terá os corretores de textos dos editores eletrônicos para ajudar. A melhor opção não é tão tecnológica, porém é confiável e nos ajuda muito, tenha sempre em mãos um dicionário para consulta durante a elaboração de um texto.

Quem lê bem escreve bem? A leitura nos permite conhecer vocabulários, estilos de textos, estimula a criatividade para a criação de textos cada vez melhores. Não basta apenas a leitura, é preciso ler e interpretar o que leu, compreender realmente o que foi lido.

Abaixo verá quatro habilidades que ajudará a interpretar corretamente os textos:

- Ao ler uma notícia, tente diferenciar o fato do julgamento do autor. Questiona se o que foi lido pode realmente ser verdade ou são somente afirmações do autor.
- Busque entender o contexto do texto e não apenas as palavras
- Encontre a ideia principal defendida pelo autor, o que ele quer dizer com o texto.
- E por último distinguir a causa e consequência

- **Comunicação virtual**

A comunicação virtual é cada dia mais utilizada, alguns dos principais meios de comunicação virtual atualmente são: WhatsApp, Facebook, LinkedIn e Twitter. Esses meios de comunicação são facilitadores para nossa vida corrida, passam a ser nossa distração, nossa companhia quando estamos sozinhos e sem querer passamos horas e horas focados em algum tipo de rede social. Em alguns cliques podemos expor nossa vida e a vida de outras pessoas. As redes sociais podem passar a ser vilãs quando utilizadas de maneira errada ou por pessoas que tenham intenções de prejudicar o outro. Vemos cada dia mais nos noticiários golpes aplicados por meio do WhatsApp ou Facebook. Não podemos ter certeza com quem estamos falando, trocando fotos, informações, dados pessoais, por isso as redes sociais requerem muito cuidado.

Os jovens estão habituados com o mundo virtual, já nasceram em uma época em que as redes sociais já se faziam presentes no dia a dia. Os idosos estão sentindo a necessidade de se adaptar às novas tecnologias para manterem se em contato com os familiares e não se sentirem desatualizados. Com os idosos devemos ter o cuidado de orientar e informar sobre tudo o que pode acontecer de bom e de ruim ao utilizar as redes sociais.

As crianças estão recebendo informações virtuais cada dia mais cedo, os pais entregam os celulares para eles se distraírem enquanto cuidam dos afazeres domésticos. Essa atitude pode fazer com que a criança crie uma dependência e prejudique-a no seu desenvolvimento, causando até mesmo uma ansiedade. Devemos impor limites a crianças e adolescentes quanto ao uso de celulares, devemos incentivar as brincadeiras de rua: futebol, vôlei, pega-pega, amarelinha. São brincadeiras antigas porém saudáveis e ajudam as crianças a se comunicarem verbalmente e se aproximarem de pessoas reais.

A comunicação virtual pode fazer com que as pessoas demonstrem um comportamento que pessoalmente elas não teriam. Parece que as redes sociais dão algum tipo de coragem e as pessoas passam a ter facilidade para discutir, ofender e humilhar alguém através das redes sociais. Devemos pensar muito antes de publicar algo, precisamos nos

perguntar se gostaríamos de ser tratados como estamos tratando os outros. Há casos de pessoas que se suicidaram devido à exposição da sua vida pelas redes sociais e pelos comentários perturbadores que a pessoa sofreu sobre a publicação. Uma vez publicado, o compartilhamento é tão rápido que torna impossível excluir totalmente a mensagem sem que ela seja repassada a alguém. Outro caso comum que vemos hoje em dia é comentários racistas, preconceituosos e de homofobia nas redes sociais. Pessoas que talvez criam até mesmo perfis falsos para utilizar a comunicação virtual para ofender a todos.

Não podemos nos tornar vítimas da comunicação virtual. Ela nos ajuda a conhecer pessoas, fazer amizades, criar relacionamentos profissionais e sabendo utilizá-las da maneira correta só tende a se fortalecer. A comunicação virtual eficaz é saber ouvir, ler, interpretar, falar e escrever de maneira clara, objetiva e com ética.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

A comunicação faz parte dos seres humanos desde antes da formação da sociedade e até os dias de hoje garante com que consigamos transmitir nossas ideias e pensamentos, além de resolver conflitos.

A comunicação interpessoal é a troca de informações entre duas ou mais pessoas, seja por sinais verbais ou não verbais. Ou seja, é a capacidade de transmitir, receber e interpretar as mensagens através da escrita, da fala, da expressão corporal e até dos meios mais modernos que a tecnologia proporcionou com o decorrer do tempo.

Não só isso, mas também envolve a capacidade de escuta, leitura e observação. Um profissional com uma boa comunicação interpessoal precisa saber se expressar e também aprender e interpretar o que outras pessoas estão dizendo.

É uma competência fundamental dentro das empresas. Afinal, ela contribui para diálogos coerentes, claros e precisos.

No vídeo abaixo temos algumas dicas para a comunicação:

<https://youtu.be/fsMdq53ZN-w>

4. CONCLUSÃO

No decorrer deste trabalho podemos perceber que a comunicação é de fundamental importância nas organizações, pois, permite que aperfeiçoe seus processos, alcançando resultados pretendidos, criando um vínculo entre líderes e liderados, para que estes se comuniquem de maneira assertiva.

Podemos assegurar que a comunicação exerce um papel decisivo dentro de qualquer organização e, quanto maior for a preocupação em torná-la mais assertiva, melhores serão os resultados obtidos.

Com o avanço tecnológico, as empresas devem se manter atualizadas e investir na capacitação e em melhores condições para seus colaboradores, confiando e estimulando o potencial de cada um para que a cada dia, a comunicação interna melhore, para o bem da organização e para o desenvolvimento de cada profissional.

A comunicação é a principal ferramenta para que a empresa alcance seu público alvo, trabalhar a comunicação é essencial para qualquer tipo de relação de pessoa-pessoa, empresa-pessoa.

Internacionalizar a comunicação, torná-la acessível para todos os tipos de públicos, é um destaque e um diferencial muito importante, no século XXI e com o avanço da tecnologia e de tantos outros meios de se obter informações, é importante estar preparado para poder atingir diferentes públicos.

Não sendo apenas indispensável a comunicação entre a empresa e seu público, é indispensável que seja trabalhado a comunicação entre todos os envolvidos dentro da empresa, e focar em uma boa comunicação é essencial para se obter bons resultados.

REFERÊNCIAS

ARQUIVO PDF. A intencionalidade da comunicação empresarial da Coca-Cola por meio do não ter, não ser, não pertencer. Disponível em: https://www.inesul.edu.br/revista/arquivos/arq-idvol_64_1567457663.pdf. Acesso em: 10 de Junho de 2022

ARQUIVO PDF. A importância da Comunicação Interna nas Organizações: o caso da Coca Cola. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2007. Monografia. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/1692/1/FLeit%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 11 de Junho de 2022

ARQUIVO PDF. Comunicação oral e escrita aplicada. 2013. Disponível em: <http://www.ifcursos.com.br/sistema/admin/arquivos/17-36-14-ap0stilac0municaca00raleescritaaaplicada.pdf>. Acesso em: 10 de Junho de 2022

ARTIGO. Comunicação Formal e Informal – Resumo. Rodrigo Rennó. 2020. Disponível em: <https://rodrigorenno.com/artigos/comunicacao-formal-e-informal-resumo/>. Acesso em: 10 de Junho de 2022

BLOG. O que é uma Comunicação Eficaz e o que ela pode fazer por negócios?. Talentnetwork. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/comunicacao-eficaz/#:~:text=uma%20boa%20comunicacao%20exige%20que,demonstrar%20suas%20ideias%20%C3%A9%20fundamental>. Acesso em: 11 de Junho de 2022

BLOG. O que você precisa saber sobre os diferentes tipos de reunião corporativa. Clima Comunicação. 2020. Disponível em: <https://climacomunicacao.com.br/blog/tipos-de-reuniao-corporativa/>. Acesso em: 11 de Junho de 2022

COMPANY. Our Company. The Coca Cola Company. Disponível em: <https://www.coca-colacompany.com/company>. Acesso em: 9 de Junho de 2022

COMUNICAÇÃO. Comunicação escrita eficaz nas empresas. Integração: Escola de Negócios. 2013. Disponível em: <https://integracao.com.br/comunicacao-escrita-eficaz-nas-empresas/>. Acesso em: 9 de Junho de 2022

DESKFY. Sucesso da marca Coca Cola: descubra os segredos do marketing da empresa. 2020. Disponível em: <https://deskfy.io/coca-cola/>. Acesso em: 10 de Junho de 2022

DIGITAL. Coca-Cola detalha sua estratégia digital no Brasil. Mundo do Marketing. 2012. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/digital/22548/coca-cola-detalha-sua-estrategia-digital-no-brasil.html>. Acesso em: 9 de Junho de 2022

HISTÓRIAS. Política de Marketing Responsável da The Coca Cola Company. 2022. Disponível em: <https://www.cocacolabrasil.com.br/historias/politica-de-marketing-responsavel-the-coca-cola-company>. Acesso em: 9 de Junho de 2022

MARCA. Coca-Cola: conteúdo para se manter no topo. Mundo do Marketing. 2013. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/marca/27614/coca-cola-conteudo-para-se-manter-no-topo.html>. Acesso em: 9 de Junho de 2022

UNIFEOB. Comunicando de forma eficaz. Disponível em: <file:///C:/Users/User/Desktop/Unifeob/Apostila%20Comunicando%20de%20forma%20eficaz.pdf>. Acesso em: 01 de Junho de 2022.