



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM MARKETING

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

TECNOLOGIA EM MARKETING

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

COCA-COLA

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROF^a.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROF^a. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

LETICIA MARIA D MOREIRA, RA 1012021200086
GABRIELLE MARTINS CARDOSO, RA 1012021100604
NATHAN MORAES SACARDI, RA 1012021100200
VIRGINIA MARIA CHOTI, RA 1012021100100

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	3
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	7
3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE	7
3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE	8
3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	9
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	11
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	12
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	16
4. CONCLUSÃO	17
REFERÊNCIAS	18
ANEXOS	20

1. INTRODUÇÃO

O objetivo do nosso projeto integrado é fortalecer a capacidade do aprendizado EAD e aplicar o conhecimento adquirido de forma clara e objetiva, selecionando e pesquisando sobre os assuntos abordados em aula;

Nossas reuniões são realizadas através de vídeo chamadas pelo whatsapp, onde entramos em debate para alinharmos os temas expostos em aula.

A organização na absorção de informações é relatada em uma ata, onde a divisão de tarefas é o primeiro passo para cada integrante do grupo, onde a comunicação se torna assertiva.

Quando estamos com dificuldades em chegarmos a um único conceito, pausamos o debate e entramos em um Brainstorming, onde anotamos as ideias que estão em conflitos e filtramos as informações mais relevantes.

A empresa escolhida para a aplicação de nossos conhecimentos foi a “COCA-COLA”, empresa sólida e mundialmente reconhecida.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Coca-Cola Andina está entre as três maiores engarrafadoras da Coca-Cola na América Latina, atendendo territórios franqueados com quase 52 milhões de habitantes.

A Coca-Cola Andina possui a franquia para produzir e comercializar os produtos Coca-Cola em certos territórios da Argentina (através da Embotelladora del Atlântico), Brasil (através da Rio de Janeiro Refrescos) e Chile (através da Embotelladora Andina) e em todo o território do Paraguai (através da Paraguay Refrescos).

A proposta de geração de valor da empresa é ser líder no mercado de bebidas não alcoólicas, desenvolvendo uma relação de excelência com os consumidores de seus produtos, assim como com seus trabalhadores, clientes, fornecedores e com seu sócio estratégico Coca-Cola.

Um dos grandes avanços que a The Coca-Cola Company tanto teve como os engarrafadores do Sistema é ter mudado sua visão e identidade global para uma companhia total de bebidas e a partir disso aproveitar a oportunidade de desenvolver um

portfólio extenso, que permita conectar com todos os consumidores com distintos hábitos de consumo em função de seus gostos, estilos e necessidades de hidratação através de bebidas para a vida. Responsável pela fabricação de refrescos, xaropes e pós para refrescos.

RIO DE JANEIRO REFRESCOS LTDA

CNPJ:

00.074.569/0050-80

Data da abertura:

30/10/2013

Status da empresa:

Ativa

Natureza jurídica

126-0 - Fundação Pública de Direito Privado Estadual ou do Distrito Federal

Endereço:

AV DOM PEDRO I, 2270

Bairro: IPIRANGA

Cidade: Ribeirão Preto

CEP 14.055-630

3. PROJETO INTEGRADO

Em nosso projeto integrado voltamos o olhar para a empresa escolhida e nos colocamos à frente das unidades estudadas como se estivéssemos em prática na empresa trabalhando e exercendo cada função.

Na situação de aprendizagem “O comportamento humano nas organizações” definimos e chegamos a conclusão que o comportamento pessoal interfere diretamente na postura do profissional na área;

Na situação de aprendizagem “ Estrutura organizacionais: conceitos” é fundamental existir para que se possa formar uma estrutura organizacional sólida com níveis hierárquicos a ser respeitados;

Na situação de aprendizagem “ Mudança Organizacional” fica nitidamente estabelecido que alterações em processos e níveis hierárquicos são de extrema importância para crescimento da empresa;

Na situação de aprendizagem “ Cultura Organizacional” conseguimos enxergar que uma base de uma empresa é construída por propósitos, missões e valores; São tópicos fundamentais para a o crescimento da marca/funcionários;

Na situação de aprendizagem “ Valores do trabalho” ficou claro que a valorização de seu trabalho começa por você mesmo, onde você define suas metas e conquistas;

Na situação de aprendizagem “ Grupos e equipes no trabalho” são fundamentais para a conclusão de processos e rotinas da empresa, onde se formam um trabalho por total de todos os envolvidos;

Na situação de aprendizagem “ Emoção no trabalho” fica definido que nossos sentimentos positivos e negativos afetam diretamente nosso rendimento e também o trabalho executado, hoje o lado humano nas empresas está sendo tratado de uma forma muito mais relevante, considerando situações que já foram passadas no século passado;

Na situação de aprendizagem “ Tomada de decisão” é o tópico que define conclusões e projetos a serem lançados, ter uma voz ativa dentro de uma operação é de extrema importância para tomada de decisões;

Na situação de aprendizagem “ Liderança e poder na operação” se define como os líderes de operação onde são os portadores de instruções e conselhos para determinada equipe, os líderes impulsionam a criatividade e desempenho;

Na situação de aprendizagem “ Motivação: Teorias da motivação” conseguimos definir que a motivação tem que ser parcial colaborador/empresa, onde afeta totalmente o rendimento da pessoa no trabalho;

Na situação de aprendizagem “ Transformando indivíduos em membros da equipe “ é definido que a empresa precisa realizar uma integração de novos colaboradores ao ciclo de processos e tarefas dentro da organização, onde também a comunicação pessoal e relacionamento ajudam nesse processo;

Na situação de aprendizagem “ Satisfação e compromisso no trabalho” conseguimos definir que o compromisso de um colaborador está ligado totalmente ao seu emocional e motivacional, analisar o perfil e feedbacks são fundamentais;

Na situação de aprendizagem “ A comunicação como ferramenta estratégica de gestão “ conseguimos definir que a comunicação assertiva dentro de uma gestão se torna uma ferramenta de sucesso quando usada a favor dos processos e trabalhos realizados;

Na situação de aprendizagem “ A comunicação na gestão de crise “ se torna claro que em um momento de crise interna ou externas com o público ser pontual e transparente com a situação abordada é o caminho para a solução dentro do problema;

Na situação de aprendizagem “ Administração e comunicação “ conseguimos identificar a importância da comunicação dentro de processos

Na situação de aprendizagem “ Comunicação e liderança “ identificamos a importância de um líder se comunicar com sua equipe de forma clara e assertiva para obter resultados;

Concluimos em debate que a comunicação e comportamento interferem diretamente nos processos e resultados de uma corporação; Sendo que Líderes e subordinados precisam se manter em sintonia para que os processos fluam conforme as diretrizes e cultura organizacional da empresa.

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Em nossas reuniões online identificamos dificuldades apenas para recepcionar a forma como cada um interpretou as aulas, conseguimos resolver essas situações entrando em um debate e colocando os pontos que mais estávamos com dificuldade, nosso grupo então tornou-se o meio de comunicação ativo a ser debatido.

Dividimos o PI em tópicos e como cada um se identificava com os temas abordados, sendo por já trabalharem na área ou até mesmo por ter vivenciado situação parecida no mercado de trabalho.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

Equipe é um conjunto ou grupo de indivíduos aplicados na realização de uma mesma tarefa ou trabalho, e muitas vezes é estimulado atividades em grupo desde a infância, fazendo-se com que haja troca de interação, produtividade, sinergia e integração em prol de um objetivo em comum. No meio organizacional é muito comum que ocorra junções do tipo para o desenvolvimento de projetos futuros.

A partir de uma experiência concreta, foi possível analisar que possíveis variáveis psicológicas podem influenciar na produtividade, e que sentimentos como pertencimento e importância são influenciáveis para que haja êxito ou fracasso de um empreendimento. A comunicação é entendida como o processo pelo qual as pessoas criam e enviam mensagens que são recebidas, interpretadas e respondidas por outras pessoas. O propósito desse processo é desenvolver significados que seriam compartilhados por membros do grupo.

Com todo o desenvolvimento tecnológico que tivemos com o passar do tempo, foram adquiridas novas maneiras de desenvolver mais ainda a ideia de trabalho em equipe, muitas empresas adotaram vídeos conferências e redes sociais como métodos de se reunirem, fazendo com que os membros dos grupos não precisem estar presentes para realizar as tarefas, compartilhar informações ou socializar. Mas para que haja sempre um desenvolvimento é extremamente necessário que as pessoas estejam abertas a dar e receber opiniões, por isso é importante que haja esforço, responsabilidade, comprometimento e relação com a empresa, e para ajudá-los se faz necessário também a

importância de um líder para compartilhar as responsabilidades, que não recaem apenas sobre o líder; trabalhar em prol de um projeto específico e próprio; enfatizar o esforço conjunto tanto para o desempenho, fazendo com que o líder seja a base para que haja boa comunicação, interação, respeito, e incentivo aos colaboradores.

O trabalho em equipe é relevante para as empresas, tanto para o seu próprio desenvolvimento, quanto para o desenvolvimento de cada colaborador, por se tratar de atividades coletivas, as pessoas tendem a evoluir neste processo, fortalecendo habilidades pessoais e profissionais, como inteligência emocional, empatia, respeito, saber ouvir o próximo, entre outros, fora que para a empresa isso gera agilidade em entrega de resultados e ideia inovadoras.

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

O sucesso de um empreendimento depende de vários fatores que vão desde o planejamento estratégico, financeiro, integração e etc, embora tudo isso seja importante para que haja êxito da empresa, os colaboradores possuem um papel fundamental na organização e muitas vezes se faz necessário a junção dos mesmos para o desenvolvimento da empresa e projetos futuros.

Assim que falamos de trabalho em equipe pode-se gerar desconforto e até mesmo receio dos colaboradores, porém são fatores que serão trabalhados durante todo o processo. O trabalho em equipe é uma necessidade na vida moderna que exige de seus componentes bom senso e paciência, visto que estes grupos são formados por diferentes personalidades, caráter, habilidades e desenvoltura, porém os integrantes devem ter apenas uma única semelhança, o objetivo final! O conjunto de colaboradores causam receios devido a falta de confiança, tendo algumas situações que os tornam vulneráveis, quando receiam sobre admitir erros; medo de conflitos, fazendo com que os integrantes das equipes não se sintam confiantes em contestar uma ideia ou de discordar de alguma opinião; a falta de comunicação, que causa diferentes interpretações e distorção do desenvolvimento.

Mesmo com o trabalho em equipe causando receio com os colaboradores, o mesmo possui muitas vantagens, não somente para a organização, mas também com os colaboradores, unir pessoas com habilidades diferentes podem causar diversos benefícios a todos. O desenvolvimento pessoal e profissional adquirido nas atividades em equipe faz com que haja o avanço da criatividade e aprendizagem, forças

complementares, construção da confiança e constrói um senso de pertencimento mais amplo.

Trabalhar em equipe é dissemelhante a trabalhar em grupo, ambos possuem de 2 a mais pessoas, porém em grupo propõe o desenvolvimento de maneira individual, enquanto na equipe os trabalhos são feitos em conjunto, porém exige mais compreensão, empatia e responsabilidade. Os conjuntos de colaboradores tendem a desenvolver uma meta coletiva, que vai além daquela que a organização determinou para eles, mas para que haja desenvolvimento, se faz necessário obter um líder, que sempre incentiva a equipe, os mostra novos caminhos e alternativas, e que seja justo e responsável com os integrantes. Assim como integrar todas as habilidades dos seus componentes traz resultados muito mais significativos do que esperar que cada um faça seu trabalho individualmente, quanto mais competente e comprometido, melhores resultados a equipe terá. O papel do gestor com um bom líder é o de garantir uma equipe coesa, que conduza os colaboradores de modo que tragam bons resultados.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

Comunicar é uma relação na qual conseguimos emitir uma mensagem a alguém, para que em retribuição recebemos outra mensagem e o mais importante, é que podemos emitir e receber a mensagem de diversas maneiras e com linguagens diferentes, por meio de comunicações verbais e não verbais. A comunicação está no nosso dia a dia e aberta a diversos meios, sejam eles por livros, músicas, teatros, gestos, olhares, roupas e etc, e é de extrema importância para a interação humana e para o desenvolvimento interpessoal e profissional.

No contexto empresarial, a comunicação é o elo entre a organização e o mercado, as pessoas e setores, departamentos, fornecedores, clientes, concorrentes, consumidores, etc., sendo um elemento vital nessa relação, pois, além de um processo, ela é a essência das relações interpessoais. Assim, a comunicação empresarial é uma ferramenta essencial para o desenvolvimento e crescimento das organizações, se fazendo necessário que haja desenvoltura na fala, desde a operação até os cargos gerenciais, a comunicação interna é uma ferramenta estratégica para que as empresas alcancem os resultados de negócios desejados a partir da interação com os seus colaboradores, esclarecer a cultura da empresa e trabalhar o alinhamento entre os ideais empresariais e individuais é fundamental. A comunicação organizacional é qualquer

iniciativa desenvolvida por uma empresa ou entidade visando resultado e ganhos de imagem e identidade junto aos colaboradores.

Mas não é apenas de comunicação interna que se desenvolve um empreendimento de sucesso, é de suma importância a comunicação clara e objetiva com o público externo, saber conhecer e compreender o público alvo, sabendo se comunicar de acordo com fatores culturais, sociais, econômicos, entre outros. Além da comunicação é também de extrema relevância a expressão, ação de exprimir, de expressar por palavras, por gestos, pela fisionomia, modo de comunicação próprio. Este meio de conversação é bastante utilizado de maneira informal, por criarmos nossas próprias falas, gírias, apelidos, entre outros. Porém, no meio empresarial a maneira com que nos expressamos pode gerar conflitos irreversíveis, não é ético se expressar de maneira ambígua quando estamos nos referindo a executivos, líderes, clientes e concorrentes, este tipo de comunicação também é conhecida como Comunicação Oral.

Com tantas mudanças ocorrendo rapidamente, as empresas se veem obrigadas a rever seus processos, buscando adaptar-se continuamente à nova realidade. Dentre os processos que precisam de constante adaptação e aprimoramento dentro das organizações, podemos citar o da comunicação e expressão, fundamental para a manutenção e sobrevivência das empresas, uma vez que, alinhada aos valores e objetivos organizacionais, contribui para minimizar falhas; aumentar a produtividade; fortalecer relações; e estimular a motivação e o comprometimento, entre outros.

Além da comunicação oral, temos também a comunicação escrita que permite o registro de informações em relatórios, regulamentos, comunicados, entre outros. Contudo, para que esses documentos sejam verdadeiramente eficazes e promovam o entendimento, é necessário atentar-se para a qualidade das mensagens, se atentando com a clareza e objetividade, a redação depende de coerência e coesão. Para que uma mensagem seja bem compreendida é de extrema relevância o uso correto de pontuação, ortografia, regras gramaticais e saber exatamente o objetivo da mensagem para definir o melhor caminho a ser seguido. Quando invertemos o papel de emissor para receptor, percebemos, muitas vezes, que o conteúdo está confuso ou incompleto, por isso é importante mudar o olhar para se colocar no lugar do leitor.

No desenvolvimento de modelos de competências profissionais, a comunicação escrita adquire relevância como ferramenta indispensável para um desempenho eficiente, já que o relacionamento com colegas, chefes ou clientes, muitas vezes, não será apenas presencial e boa parte dos contatos é realizada por meio de emails. Portanto,

é importante ter um domínio da linguagem escrita que permita elaborar mensagens adequadas aos mais diversos contextos e dirigidas aos mais diversos leitores. Para redigir mensagens de email, artigos, propostas, levantamentos, relatórios.

Além disso, você deve ter em mente que as mensagens escritas, ao contrário da comunicação verbal, ficam registradas e podem ser usadas como fonte para consultas futuras por um longo tempo, portanto, é de suma importância saber redigir artigos, e-mails, folhetos oficiais e até mesmo textos publicitários, sabendo atingir o público-alvo através da leitura sem causar ambiguidade e agregando valor a empresa.

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

A comunicação escrita é imprescindível em nosso cotidiano, devemos ressaltar que a língua portuguesa é complexa muito mais do que bela. Para que a comunicação escrita seja bem sucedida é necessário que o texto possua uma estrutura muito bem fundamentada para que seja eficaz e bem direcionado. Para que a comunicação seja bem sucedida necessitamos em primeiro lugar estabelecer qual é a ideia do que queremos transmitir, pensar em quais são as possíveis interpretações divergentes que aquele texto pode trazer e como evitar que isso ocorra.

Após programar a ideia do texto devemos adequá-lo ao seu público, como por exemplo: se é uma mensagem corporativa ou uma propaganda para jovens. O público alvo interfere também na construção de uma mensagem escrita porque devemos nos adequar a quem nos remetemos. Também é necessário que para construção de uma mensagem escrita eficaz usemos as palavras certas para o objetivo do texto. Independente de serem textos longos ou curtos, todo o texto traz uma ideia, uma opinião ou um posicionamento.

A Coca-Cola Andina é uma empresa que possui uma excelente estrutura que por sua vez não falha também em sua comunicação escrita. Tanto em propagandas quanto em questões corporativas a Coca-Cola já mostrou ser muito eficaz. A empresa faz uso de diversas redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, além de seu site que também é muito completo. Sabemos que as redes sociais são o maior meio de comunicação global existente, nelas estão a comunicação escrita, visual e verbal. A Coca-Cola utiliza a comunicação escrita para questões corporativas, em anúncios e propagandas, em comunicados e posts online.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

A comunicação verbal é extremamente importante em todas as relações que o ser humano possui. Ela pode ser efetuada de diversas maneiras que são possíveis classificar como comunicação formal ou informal.

A comunicação informal é subjetiva, é a forma como falamos e isso inclui todos os erros de português, gírias e palavras erradas. Podemos descrever como o diálogo de um grupo de amigos em um local de lazer, o momento em que não preocupa-se em ser correto e formal. Apesar da comunicação informal ser a mais usada em nosso cotidiano, devemos nos atentar para usá-la somente em momentos de lazer, pois não deve ser usada em locais de trabalho e profissionais.

Diferente da comunicação informal, cheia de gírias, palavras incorretas e abreviações, a comunicação formal é correta, usa o português devidamente. A comunicação formal é usada em diálogos profissionais, reuniões, apresentações e trabalhos acadêmicos, entre outros momentos em que não se cabe o português incorreto. Para usá-la é necessário saber e entender os termos, conjunções e palavras-chaves que cabem naquela situação. Em cada ocasião cabe um tipo de comunicação, a forma como se fala com um juiz não é a mesma que com um amigo.

Em reuniões, é extremamente importante usar a comunicação formal, para isso indicamos que adote-se uma postura para tal ato. Começando a reunião com educação e apresentando os itens em pauta, seguindo um protocolo que indique os momentos de abertura para diálogos de discussão para o tema e sugestões. Seguir um roteiro ou um esboço fará com que sigam a linha sem devaneios e de forma apropriada. A comunicação é de suma importância e mesmo que sendo usada de forma formal, deve ser sempre clara e objetiva.

A Coca-Cola Andina possui reuniões regulares com os representantes e colaboradores, também as equipes dentro das fábricas possuem reuniões regulares para que tudo sempre ande em conformidade. Como uma empresa internacional, a Coca-Cola utiliza muitos meios de comunicação para estas reuniões, pessoalmente ou online, todas ocorrem com frequência e de forma regular. Encontramos dificuldade em contatar a empresa para maiores dados sobre suas reuniões porém pelo histórico impecável da mesma, podemos notar como o trabalho em equipe juntamente com a comunicação foram importantes e bem sucedidos.

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

A Formação para a Vida é um dos eixos do Projeto Pedagógico de Formação por Competências da UNIFEQB.

Esta parte do Projeto Integrado está diretamente relacionada com a extensão universitária, ou seja, o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

A empresa Coca Cola, utiliza de maneira muito objetiva os meios de comunicação para alcançar a excelência, sendo uma empresa que usa recursos não verbais e verbais, por meio de propaganda costumam sempre fazer comerciais e campanhas que muitas vezes estão ligadas ao sentimento de felicidades e nostalgia, mas não só de sentimentos a marca esbanja conhecimento na comunicação, podemos analisar algumas campanhas nas quais utilizaram de maneira assertiva a linguagem POP para alcançar o público jovem. Atualmente a marca utiliza estratégias para se consolidar entre o público jovem sem perder a essência.

Figura 1: Propaganda Coca-Cola



Fonte: <https://www.coca-cola.com.br/> acesso em 10 jun. 2022

Tópico 1: Construindo relações com a comunicação eficaz: A comunicação é algo essencial para que exista uma transmissão de informação de forma eficiente. Na história da humanidade conforme a evolução social acontecia, o reflexo contribuía para construção das relações sociais. A comunicação sem dúvidas é essencial para que as informações sejam transmitidas e recebidas conforme tem que ser, para que a comunicação funcione, ela precisa ser eficaz.

A forma como transmitimos as informações diz muito sobre as nossas emoções, afinal, é notório quando em um diálogo identificamos a linguagem corporal, tom da voz e volume da voz, assim percebemos características de tonalidade e emoção.

A comunicação está presente em tudo, desde o início do desenvolvimento humano, podemos imaginar que existem diversas formas de nos expressar e transmitir o que queremos. Podemos imaginar que sem uma boa comunicação não existe a tarefa bem sucedida, a interpretação é também muito importante, mas a habilidade de transmitir é algo fundamental em qualquer situação.

Tópico 2: Diálogo e o poder de uma boa conversa: De modo claro e objetivo devemos transmitir informações, porém a forma como nos expressamos muitas vezes não é a

forma mais adequada e profissional, podemos imaginar uma situação onde o profissional precise ensinar algo para alguém que seja leigo no assunto, nesse cenário temos que saber como vai ser transmitido a mensagem, pois se usarmos termos técnicos o indivíduo que está aprendendo não vai entender, ou seja, o transmissor precisa saber como vai ser a didática com essa pessoa. É necessário que antes de explicar algo, ou se expressar, o indivíduo tenha conhecimento sobre o quão necessário é a linguagem formal no cenário e situação que a mensagem vai ser transmitida. De modo a melhorar o resultado, o transmissor precisa dominar o assunto no qual está falando, a pessoa que sabe transmitir de forma clara e objetiva, é bem compreendida e o resultado tende a ser mais próximo do que realmente é, afinal quando transmitimos uma ideia, questionamento, opinião etc.. A forma como a pessoa interpreta é muito relativa, por isso a comunicação precisa ser objetiva, para não existir brechas para má interpretação.

Tópico 3: Comunicação eficaz escrita: a importância da mensagem: A comunicação em si já é algo que devemos sempre estabelecer clareza e objetividade, levando em consideração os cenários e necessidades. Quando falamos sobre a comunicação de forma escrita, devemos considerar que a escrita por si só não transparece gestos, tom etc.. Ou seja, a escrita na comunicação deve ser inteligente para que nada seja interpretado de forma errada, pois nela podem existir muitas brechas para interpretação. Sobre a formatação adequada, temos inúmeras possibilidades, por exemplo, quando alguém monta um currículo, o intuito da pessoa é transparecer suas habilidades e qualidades para que o empregador se interesse pelo currículo, o primeiro contato que a pessoa tem com a empresa é o currículo, devido a isso precisa existir formalidade na escrita, por isso existem diversas formas para montar um currículo sendo assertivo e claro, por meio de aplicativos que ajudam as pessoas a escrever e corrigir erros, outros aplicativos disponibiliza modelos de textos, onde a pessoa somente substitui informações de acordo com o que precisa apresentar.

Tópico 4: Comunicação virtual: A comunicação virtual, tem como principais meios de comunicação aplicativos sendo os mais atuais e famosos, instagram, facebook, linkedin, twitter e tik tok. Uma grande questão para levarmos em consideração nas nossas postagens, é o fato de que quando postamos algo, essa postagem vai ficar sempre disponível e por isso devemos ser responsáveis com isso, afinal, não queremos nos prejudicar por algo que publicamos e compartilhamos. As dicas que citamos nos tópicos

acima se aplicam para a comunicação virtual também, na qual embora seja redes onde podemos nos expressar, devemos ter responsabilidade com isso para não nos prejudicarmos.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=lz1tjnhRmFQ>

4. CONCLUSÃO

Durante os estudos elaborados para construir o projeto, estudamos as inúmeras formas de comunicação. Podemos afirmar que a comunicação em qualquer situação deve ser transmitida de forma clara e objetiva, é por meio da comunicação que nos expressamos e transmitimos informações, ou seja, a comunicação deve ser inteligente, em diversos cenários podemos expor a importância, por exemplo, quando precisamos ensinar algo para outra pessoa no trabalho, a forma como devemos falar é totalmente diferente da forma que nos dirigimos a amigos numa roda de conversa, em uma situação precisamos dominar o assunto que iremos ensinar sendo objetivo e claro, já em outro cenário podemos utilizar a linguagem de forma informal. Outra situação que citamos é a linguagem escrita, na qual existem muitas brechas para interpretação, afinal, na escrita não existe tom de voz, gestos e reações, devemos ser claros e o receptor que lê deverá ser imparcial para entender o que o transmissor realmente quer.

Quando falamos de comunicação dentro da empresa Coca Cola, são inúmeras possibilidades, pois a marca utiliza o audiovisual para chegar ao cliente, por meio de mensagens afetivas por trás de seus comerciais ou por meio de propagandas que buscam falar sempre sobre algo ligado a sentimentos, outra estratégia de comunicação da marca, é utilizar sempre a cultura POP para alcançar públicos jovens, onde sempre está presente em parcerias com festivais e festas musicais.

Atualmente a tecnologia anda lado a lado com a comunicação, pois são inúmeras possibilidades numa rede onde hoje podemos nos expressar por meio de breves textos, fotos, vídeos etc.. A tecnologia facilita nossas vidas, mas não podemos nos enganar achando que por meio de breves textos e vídeos, podemos falar o que queremos sem ter medo, como já citamos no projeto, a comunicação tem um leque infinito para interpretação, onde o transmissor deve se policiar para ser claro e objetivo e o receptor estar a par do cenário para não existir brechas para má interpretação, pois tudo que escrevemos e falamos pode ser usado contra nós e ser interpretado como bem querem, por isso para tudo na comunicação deve existir responsabilidade e concordância.

REFERÊNCIAS

ZANELLI, José Carlos, BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo e BASTOS, Antônio Virgílio Bittencourt. **Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil**, 2014. Disponível em: <<https://unifeob.grupoa.education/plataforma/course/36881/content/383506>>. Acesso em: 08 de Junho de 2022

LIMA, Fátima. **Os desafios do trabalho em equipe**, 2021. Disponível em: <<https://otimiza.pro/os-desafios-do-trabalho-em-equipe/#:~:text=1%2D%20Falta%20de%20Confian%C3%A7a,dificuldade%20de%20assumir%20os%20erros.>> . Acesso em: 08 de Junho de 2022.

FIGUEIREDO, Ênio. **Comunicação Organizacional: O que é, seus tipos e funções**, 2020. Disponível em: <<https://www.4yousee.com.br/comunicacao-organizacional/#:~:text=Comunica%C3%A7%C3%A3o%20organizacional%20%C3%A9%20qualquer%20iniciativa,qualquer%20outro%20p%C3%BAblico%20de%20interesse.>> . Acesso em: 08 de Junho de 2022.

ARMBRUST, Gabrielle. **Cultura organizacional: o que é, importância, tipos e exemplos**, 2022. Disponível em: <<https://www.gupy.io/blog/cultura-organizacional>>. Acesso em: 08 de Junho de 2022.

LEMOS, Alessandra. **A importância da comunicação escrita no ambiente corporativo**, 2019. Disponível em: <https://servicos.capesesp.com.br/campanhas/informecapesesp/edicao_8/a-import%C3%A2ncia-da-comunica%C3%A7%C3%A3o-escrita-no-ambiente-corporativo.html#:~:text=A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20escrita%20%C3%A9%20fundamental,para%20a%20qualidade%20das%20mensagens> . Acesso em: 11 de Junho de 2022.

COLA- Coca. **Somos Coca-Cola Brasil**, 2022. Disponível em: <<https://www.coca-cola.com.br/>>. Acesso em: 10 de Junho de 2022.

Coca- Cola anuncia estratégia global de “marca única”. **Portal Propaganda**. 20 de Jan. de 2016. Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com.br/noticias/3624/coca-cola-anuncia-estrategia-global-de-marca-unica/>>. Acesso em 9 de Junho de 2022.

Comunicação escrita eficaz nas empresas. **Integração Escola de Negócios**. São Paulo, 12 de Dez. de 2013. Disponível em: <<https://integracao.com.br/comunicacao-escrita-eficaz-nas-empresas/>>. Acesso em: 15 de junho de 2022.

ANEXOS

Figura 1

14