



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Aplicadas e Educação
Departamento de Ciências Sociais Aplicadas
Coordenação do Curso de Secretariado Executivo
Curso: Secretariado Executivo



A COMUNICAÇÃO PARA O PROFISSIONAL DE SECRETARIADO EXECUTIVO

Orientando: Wellington Douglas Januário da Silva – UFPB – jesusistherock27@gmail.com

Orientadora: Prof^a Dr^a Juliene Paiva de Araújo Osias –UFPB – julienesias@gmail.com

Examinador: Prof. Dr. Joseilme Fernandes Gouveia – UFPB – joseilme@dce.ufpb.br

Examinadora: Prof^a Ms. Kátia Regina Gonçalves de Deus – UFPB – katiargd83@gmail.com

RESUMO: O presente artigo visa a evidenciar como ocorrem os processos de comunicação para o profissional de Secretariado Executivo Bilíngue, o qual, em sua atuação no mundo de trabalho, configura-se como o principal agente de comunicação interna e externa dentro das organizações. Desta forma, este estudo se justifica por acreditarmos que o secretário executivo tem a necessidade de apresentar eficácia no que diz respeito ao desenvolvimento da comunicação, uma vez que sua atuação profissional, seja em qual área ou empresa for, está intimamente relacionada com a correta utilização da comunicação, esta que deve sempre estar fundamentada na informação adequada e eficiente. Assim, para demonstrar as possibilidades desse procedimento, realizou-se uma pesquisa de natureza bibliográfica, por entendermos que seria a fonte substancial para o projeto. Isto posto, por meio de conceitos a respeito das ações do secretário executivo no âmbito empresarial, meio em que geralmente se exercita a sua profissão, procuramos analisar o papel que configura este tipo de profissional como altamente dinâmico e competente para desenvolver várias funções dentro do setor em que trabalha. Sendo assim, o objetivo deste estudo foi realizar um levantamento de como a comunicação é constante e eficiente para o secretário executivo, o qual se destaca por seu perfil multifuncional, visto que consegue conciliar seu tempo e a sua capacidade emocional de forma adequada para administrar as situações no cotidiano da empresa.

Palavras-chave: Secretário Executivo. Atuação Profissional. Comunicação Empresarial.

ABSTRACT: This article aims to highlight the communication to the professional of bilingual executive Secretariat, which is the professional's role as the main agent of internal and external communication within organizations. Believing that the professional is for the need for effective communication, since in their professional performance, either in any of the areas of the companies is closely related to the correct use of communication, which must be based on adequate information and efficient. To demonstrate the possibilities of this action, the bibliographic research was used because it was understood that it would be the substantial source for the project. Thus, through concepts regarding the actions of the

executive secretary in the business environment of the Executive Secretary professional, we sought to analyze his role as a highly dynamic and competent professional to develop various functions within the company, aiming to make a survey of how communication It is constant and efficient for the professional secretary, who acts in a multifunctional manner, manages his time and emotional capacity appropriately to manage the situations in the daily life of the company.

Keywords: Executive Secretary. Professional Practice. Business Communication.

1 INTRODUÇÃO

A evolução histórica da profissão de Secretariado Executivo mostra o empenho desses profissionais em serem reconhecidos no mercado de trabalho para atuar em cargos como assessores gerenciais, papel importante nas empresas no cenário atual. Assim, com as transformações ocorridas nas teorias organizacionais e na prática da administração de empresas, o Secretário Executivo tem encontrado um espaço privilegiado na assessoria executiva, o que leva a uma atualização também do seu perfil.

Desta forma, tendo em vista todas essas mudanças no perfil do secretário, a comunicação é, sem dúvidas, um elemento extremamente importante para o pleno desenvolvimento da profissão de secretariado dentro das organizações.

Garcia e D'Elia (2005) declaram que a maior habilidade do secretário executivo é conseguir receber todos os tipos de informações e filtrá-las com discrição e criatividade, para, então, transformá-las em algo indispensável para toda a organização em que trabalha, buscando o sucesso na comunicação empresarial, pois, certamente, o secretário será o diferencial da organização em que atua, já que age com postura, possui capacidade intelectual, ética, comportamento adequado e prática profissional, trabalhando como agente facilitador no que diz respeito a melhoria da comunicação dentro da empresa.

Para Matos (2009), a comunicação tem se revelado como uma peça fundamental para as empresas seja na forma como elas se relacionam no seu ambiente de trabalho, na prática de estratégias organizacionais, ou até mesmo no desenvolvimento da imagem da empresa, que, inclusive, em relação a este último aspecto elencado, serve como principal ferramenta dentro das organizações.

Isto posto, ressaltamos que a problemática que envolve esta pesquisa refere-se à compreensão da diversidade que circunda a comunicação empresarial dentro

das organizações, assim como a apresentação dos níveis hierárquicos que compõe uma empresa e a comunicação empresarial.

Sendo assim, este trabalho tem como objetivo geral identificar a importância e a necessidade da comunicação eficiente para o profissional de Secretariado Executivo, mostrando suas características e competências. Ao passo que os objetivos específicos se resumem em: observar se a comunicação empresarial é executada de forma correta dentro da organização em que o secretário atua; analisar a eficiência da aplicação da comunicação empresarial; e, por fim, investigar quais os aspectos da comunicação empresarial que o profissional de secretariado consegue ter um domínio maior.

Desta forma, a presente pesquisa se justifica a partir do interesse em discutir os processos e os meios de interação entre o setor administrativo e o setor de produção, mostrando a importância da comunicação para o bom relacionamento entre os colaboradores, uma vez que isto resulta em maior produtividade, portanto, automaticamente, incide diretamente no aumento de lucro para determinada instituição.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 AS AÇÕES DO SECRETÁRIO EXECUTIVO NO ÂMBITO EMPRESARIAL

O Secretário Executivo, nos dias de hoje, tem se mostrado um profissional altamente dinâmico, pois pode atuar em diversas funções, desde o assessoramento a gestão, a promoção de eventos e reuniões, além de dispor de suas técnicas características, as quais podem ajudar a solucionar problemas futuros.

O perfil do Secretariado Executivo mostra um profissional altamente competente para fazer e participar do avanço do processo de desenvolvimento e de gestão das organizações, competitividade e do aumento de produtividade. (BORTOLOTTI E WILLERS, 2005).

Com isso, é possível afirmar que o profissional de secretariado desenvolve diversas ações de total importância para a empresa. Essas ações de comunicação empresarial marcam a eficiência e, principalmente, a qualidade do Secretário Executivo.

Quadro 1: das atribuições do secretário.

AS AÇÕES DO SECRETÁRIO EXECUTIVO
Atendimento ao público e telefônico
Eventos
Reuniões
Arquivo e documentação

Fonte: O autor, 2019.

2.1.1 Atendimento ao público e telefônico

O atendimento ao público apresenta-se como um desafio empresarial, pois o secretário está representando a empresa no momento do atendimento. Assim sendo, um único atendimento mal-sucedido pode destruir toda a boa impressão que o cliente tem da organização. (MEDEIROS E HERNANDES, 1999).

Para Sabino e Rocha (2004), um atendimento de excelência é essencial, como também se preparar para novas práticas que impliquem mudanças de comportamento. Neste caso, a postura é fundamental para um bom atendimento, visto que ajuda o secretário a desenvolver de forma eficiente o seu trabalho.

De acordo com Garcia e D'Elia (2005), o atendimento corresponde ao ato de atender, ou seja, ao ato de prestar atenção às pessoas com as quais mantemos contato. Quem pratica o atendimento deve ser responsável, adotando sempre a gentileza. O atendimento ideal é aquele que procura verdadeiramente corresponder às expectativas do público.

Conforme salientam Medeiros e Hernandez (1999), a capacidade de se expressar com o público influencia diretamente a qualidade do atendimento. Desse modo, é importante frisar que o público pode ser definido como um dos principais pilares que mantém a empresa, por isso satisfazê-lo é essencial para a manutenção do bom clima institucional.

Nesse sentido, é significativo sublinhar que, além do telefone, as novas tecnologias também precisam ser manuseadas apropriadamente pelo profissional de secretariado, já que, na atualidade, as empresas estão se modernizando cada vez mais com a utilização de e-mails, redes sociais, sites, blogs. No entanto, o telefone, ainda hoje, continua exercendo um papel de extrema importância para as

organizações.

Nessa perspectiva, o telefone, por sua vez, caracteriza-se por ser uma ferramenta importante para as vendas, pois é por meio dele que o vendedor transmitirá informações úteis, esclarecerá dúvidas, fornecendo um melhor desempenho dos bens e dos serviços oferecidos, garantindo a satisfação e a confiança do cliente, Garcia e D`elia (2005).

2..1.2 Eventos

As atividades exercidas pelo secretário tem um grande desdobramento dentro de uma instituição. Uma vez que este tipo de profissional pode contribuir para a organização e nos métodos da empresa, já que ele organiza os eventos, sendo capacitado para intermediar relações e mediar conflitos, além de dispor de uma gama de atividades técnicas, tais como redação, tradução, informática, arquivos, etc.

Sabino e Rocha (2004) relatam que muito se espera do profissional de secretariado executivo bilíngue, de modo que este deve ter em seu perfil características de assessoria, capacidade de atuação junto aos gestores, empreendedorismo, criação e implantação de soluções que auxiliem o trabalho de toda a equipe, consultoria, identificando na cultura organizacional questões a serem melhoradas e apresentando maneiras de resolvê-las, e de gestão, que a auxiliam na criação e no desenvolvimento de suas atividades de maneira que atinja os objetivos almejados.

Em razão das necessidades do mercado, o qual vive em busca de pessoal diferenciado e cada vez mais qualificado, o secretário, um profissional ágil e flexível, com uma postura voltada ao autodesenvolvimento, que busca a aprendizagem sempre e trabalha em total interação com o ambiente externo Antoni (2004).

2.1.3 Reuniões

As reuniões se constituem como um aspecto de total importância para as empresas, dado que é a forma mais eficiente de comunicar as decisões tomadas, delegar e controlar as tarefas, além de estudar novas estratégias para a organização.

Garcia e D`Elia (2005) afirmam que a reunião deve ser convocada com antecedência e pode ser feita pelo e-mail, telefone, celular e redes sociais

(Instagram, Facebook e WhatsApp). Para as autoras, o secretário deve fazer uma pauta, relatando todas informações da reunião, e confeccionar a ata da reunião, pois esta é a sua responsabilidade enquanto profissional de secretariado, para que, assim, se suceda uma reunião considerada formal e correta.

2.1.4 Arquivo e documentação

Dentre as diversas atividades que fazem parte da competência do secretário, podemos citar a gestão documental. Conforme salientam Medeiros e Hernandez (2010), os quais relatam que, de fato, existe a possibilidade de este profissional assumir as demandas de um gestor documental, propondo um processo de arquivo digital como ferramenta organizacional.

Os autores acrescentam, ainda, que os arquivos podem ser ativos e inativos, possibilitando, então, que o secretário possa dividir suas ações e executá-las da melhor forma possível, de modo que atenda todas as necessidades da organização.

Rondinelli (2005) declara que a utilização de recursos digitais para trabalhar com o arquivo digital tem trazido uma série de benefícios durante o processo, tanto para a atuação do secretário quanto para a organização. Dentre os pontos positivos que o uso de tais recursos geram, podemos mencionar: a percepção da importância da guarda correta, a queda no número de vias originais perdidas ou furtadas, e a implantação de novas técnicas e ferramentas para controle dos arquivos.

2.2 COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

De acordo com Matos (2009), a comunicação empresarial é definida pela relação da empresa com seu público interno e externo, envolvendo um conjunto de procedimentos e técnicas destinados ao processo de comunicação e de transmissão de informações sobre os seus desempenhos, resultados, missões, objetivos, metas, projetos, processos, normas, procedimentos, instruções de serviços, etc. Caracterizando-se como uma solução estratégica de gestão que, se for bem aproveitada, pode garantir um funcionamento com integração, coerência e produtividade na empresa. Sendo assim, pode-se afirmar que a comunicação tem um grande potencial para ser uma vantagem competitiva, ou tornar-se um enorme problema.

Muitas empresas atribuem aos diretores e gestores a responsabilidade de realizar a comunicação empresarial, pois são treinados especificamente para atuar

neste setor, uma vez que os seus conhecimentos de gestão tornam-se importantes para a prática da boa comunicação da empresa.

Isto posto, vale ressaltar que as organizações utilizam diferentes métodos de comunicação para se posicionar estrategicamente no mercado que atuam, elevando a sua imagem para o público interno e, principalmente, o externo, distribuindo seus produtos, ou melhorando seus processos.

2.2.1 Modelos de comunicação para a empresa

A) Comunicação interna

A comunicação interna é estritamente voltada para o público relacionado ao negócio. Nesse campo, encaixam-se os funcionários, os prestadores de serviço e os colaboradores terceirizados. Para Kunsch (1999, p. 77):

a comunicação interna é planejada em torno de propósitos claramente definidos, para viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus colaboradores lançando mão de metodologias e técnicas de comunicação institucional e até da comunicação mercadológica.

É importante que a comunicação interna seja trabalhada de forma eficiente, de modo que consiga envolver seus funcionários, fazendo com que estes se comprometam com a qualidade dos serviços que prestam.

De acordo com Daft (2010), as informações trocadas entre as pessoas são capazes de motivar e influenciar seu comportamento. Assim, uma boa comunicação interna pode beneficiar o processo organizacional como um todo, pois flui pelo ambiente interno, motivando os funcionários a realizarem suas tarefas, isso porque, segundo Tavares (2016), a comunicação interna é aquela existente entre a empresa e o seu público interno, isto é, os seus funcionários. Além disso, o autor entende que a comunicação abrange:

- O diálogo entre os funcionários e a chefia direta (que engloba os supervisores e os gerentes) e a chefia indireta (que são os diretores e os presidentes);
- A comunicação entre chefias;
- A comunicação entre os departamentos, órgãos, unidades etc;
- A comunicação entre pessoas dos mesmos departamentos, órgãos, unidades, etc.

B) Comunicação externa

Para Bahia (1995), inclui-se nesse processo de comunicação externa toda e qualquer veiculação das informações e todos comunicados emitidos pela organização empresarial para um público, ou uma opinião pública fora dos limites internos, ou seja, é o uso que a empresa faz dos meios de comunicação cuja finalidade é tornar conhecidas as suas mensagens.

A comunicação externa, aquela que se dirige para a sociedade de forma geral (com seus grupamentos e organizações de forma mais detalhada), é uma ferramenta que deve ser utilizada para oferecer ao público subsídios e informações que contribuam para construir uma imagem positiva da organização, a qual, obviamente, precisa estar alicerçada na realidade, representada por bons produtos e serviços, preço justo, atendimento digno, e assim por diante.

A comunicação externa em uma empresa precisa estar disponível para todos tipos de questionamentos que possivelmente surgirão em algum momento no futuro, devido aos processos dos meios de comunicação ocorridos com outros tipos de informações em diversas empresas, sejam elas privadas ou públicas, tal como observou Bahia (1995). Assim, pode-se afirmar que o trabalho de comunicação externa está entre as ferramentas mais indicadas para estreitar as relações entre a empresa e o público.

C) Outros meios de comunicação

Toda e qualquer empresa necessita possuir seus próprios meios de comunicação para que haja uma interlocução que a aproxime de seus consumidores, funcionários, parceiros e até mesmo futuros colaboradores. Os meios de comunicação são bastante diversificados, visto que podem proceder através dos jornais, revistas, rádios, internet (*sites*, *blogs* e redes sociais, as quais tornaram-se indispensáveis na atualidade), e, por fim, mediante a comunicação visual, que está relacionada com o *marketing*. Por intermédio desse tipo de comunicação, é possível que a empresa invista em *banners*, faixas, adesivos, *outdoors*, vídeos etc.

O já mencionado autor Bahia (1995), alega que os objetivos dos meios de comunicação são: educar, orientar e recrear os empregados estimulá-los a sociedade e ao espírito entre patrões e funcionários; aproximar uns e outros, inspirados pelo sentimento da integração da equipe de trabalho; divulgar as atividades sociais e os produtos da empresa oferecidos ao público. Esses meios de

comunicação são de total importância para o destaque da empresa no mercado.

2.3 A comunicação para o secretário executivo

Segundo Torquato (2002), a comunicação empresarial assume um papel de extrema relevância para a realização de atividades indispensáveis efetuadas pelo secretário executivo, tais como as reuniões, as viagens, a organização de eventos, e o agendamento de tarefas do dia a dia.

Desta forma, o secretário tem o dever de saber gerenciar o fluxo de informações de maneira eficaz. Relacionando a atuação do profissional de secretariado com a de um agente comunicador. Nonaka (1988) destaca um profissional conhecido como *middle manager*, que possui competências similares as de um Secretário Executivo, pois ocupa uma posição em destaque dentro da organização, possui capacidade para criar e estabelecer estratégias em nível macro e micro, pronto para eliminar ruídos e flutuações no ambiente das organizações e, ainda, atuar como facilitador do processo de mudança e renovação institucional.

Segundo Carvalho e Grisson (2002), a comunicação tem influência direta na qualidade do ambiente organizacional, e o profissional de secretariado possui essa influência em seu perfil, pois está constantemente em contato com executivos de diferentes formações culturais. Em consequência disso, tais profissionais, pelo fator da globalização, conseguem assimilar diversas culturas, por isso está sempre buscando ter conhecimento sobre os novos processos comunicacionais, a fim de melhor atender as exigências do mercado.

Os autores destacam, ainda, que o secretário tem a preocupação com o relacionamento interpessoal, já que dá atenção as pessoas que trabalhavam no escritório e utiliza os recursos eletrônicos e tecnológicos como ferramenta de trabalho.

O profissional de secretariado tem, intrinsecamente alinhado à sua atuação, a função de agente comunicador, pois está presente em todos os setores, nas mais diversas relações estabelecidas dentro da empresa, na maioria dos fluxos de informações relevantes, e na tomada de decisões.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste projeto foi a pesquisa descritiva com abordagem qualitativa, e quantitativa além de trazer um levantamento bibliográfico e

entrevistas realizadas junto a pessoas que utilizam a comunicação em seu local de trabalho.

O principal objetivo do presente trabalho resume-se em tentar identificar qual forma de comunicação o futuro, ou atual, profissional de secretariado utiliza em seu local de trabalho, e se este recurso está sendo executado de forma adequada.

Para alcançarmos tal objetivo, foi utilizado como instrumento de coleta de dados uma pesquisa realizada por meio de um formulário *online*, a partir do qual investigamos como são utilizadas as comunicações dentro das organizações.

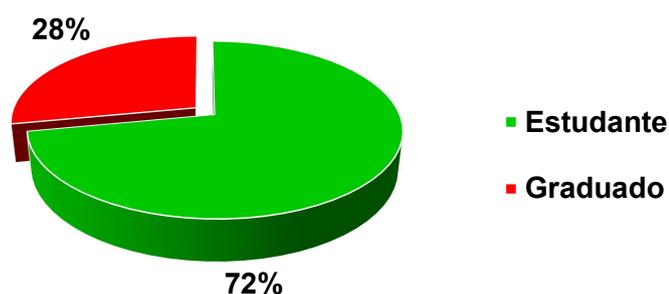
Foram coletadas 50 (cinquenta) respostas de estudantes (estudantes a partir do 8º período, pois acreditamos que esses alunos possui um grande conhecimento em comunicação empresarial, sendo assim, capazes de atender nos objetivos) e graduados em atuação do curso de Secretariado Executivo Bilíngue, da Universidade Federal da Paraíba, Campus IV, através de um questionário online desenvolvido no google forms.

Para a realização da investigação proposta neste estudo, foram formuladas 9 (nove) perguntas, sendo as 6 (seis) primeiras referentes às discussões sobre a comunicação empresarial, e as outras 3 referente a comunicação empresarial, no tocante ao profissional de secretariado.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação à quantidade de sujeitos envolvidos na formação desta pesquisa, pode-se afirmar que 72%, ou seja, a maioria, consiste em estudantes do curso de Secretariado Executivo Bilíngue a partir do 7º período, e 28% é composto pelas respostas de graduados do curso que atuam como secretários e estão envolvidos com a comunicação onde trabalham.

Gráfico 1: Formação.

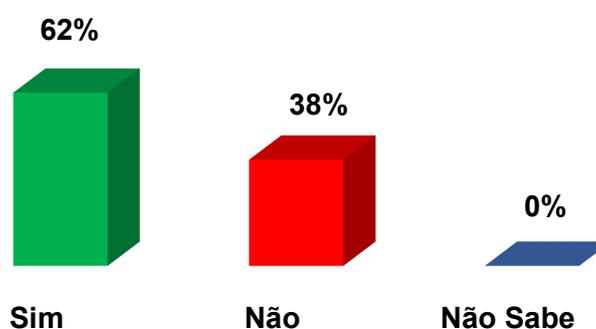


Fonte: O autor, 2019.

Aqui identificamos que grande parcela dos nossos investigados trabalham e estudam. Com isso, podemos então analisar os seus aspectos enquanto empregado e também como estudante de secretariado.

Na questão 2, perguntamos ao entrevistado se ele já desenvolveu qualquer função do secretário no local que trabalha ou já trabalhou. Conforme exposto no gráfico 2.

Gráfico 2: Trabalha ou já trabalhou exercendo a função de um Secretário Executivo.



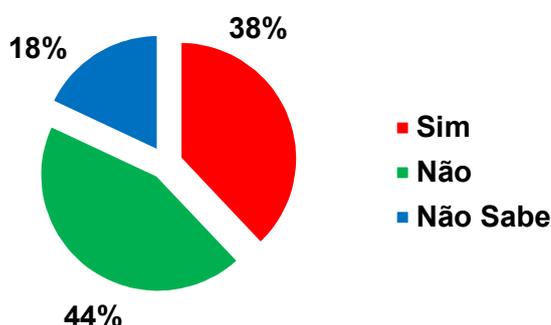
Fonte: O autor, 2019.

Tal como se pode observar no gráfico 2, 62% responderam que já desenvolveram uma das funções do secretário, 38% declararam que não, ao passo que nenhuma pessoa afirmou que não sabia. A partir da situação que esses dados representam, é possível perceber que a maioria tem os conhecimentos prévios sobre as funções de um secretário, o que é bastante significativo para a empresa,

pois a mesma apenas tem a ganhar, no que diz respeito a competência, a capacidade técnica e intelectual do atual ou do futuro profissional de Secretário Executivo Bilíngue.

De acordo com o gráfico 3, verifica-se que, em sua totalidade, a comunicação era executada de forma correta onde trabalha ou trabalhavam, já que, a maioria, 44%, afirmam que não; 38% responderam que sim, e 18% dos entrevistados informaram que não sabiam.

Gráfico 3: A comunicação empresarial executada de forma satisfatória.



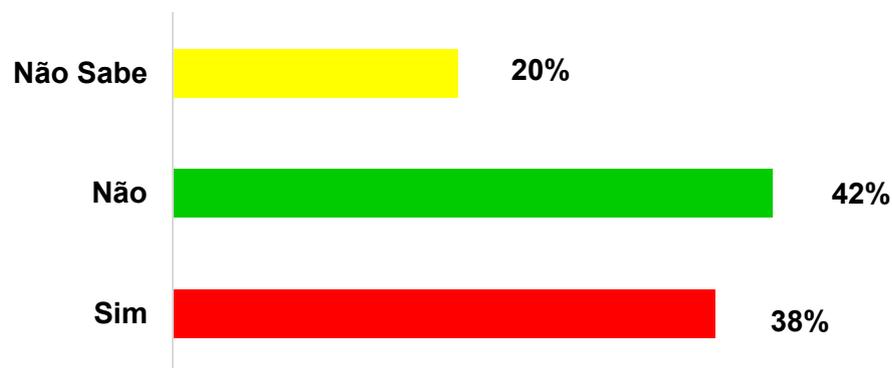
Fonte: O autor, 2019.

Assim, podemos observar que a diferença entre o primeiro e o segundo lugar é de apenas 6%, enquanto somente 38% das empresas não aplicam a comunicação de forma correta, segundo os entrevistados. Isso é um dado extremamente alarmante, pois a empresa precisa de uma comunicação eficiente para melhor desenvolver seu trabalho. Inclusive, esta indagação cumpre com um dos nossos objetivos específicos.

Na sequência, investigou-se se a comunicação na empresa como um todo era pensada de modo que englobasse a relação da empresa com seu público interno e externo, envolvendo um conjunto de procedimentos e técnicas destinados ao processo de comunicação e de transmissão de informações.

O gráfico 4 exibe a resposta para este questionamento: nele percebe-se que a maioria dos entrevistados, isto é, 42%, alegaram que não. Em seguida, 38% declararam que sim, ao passo que apenas 20% responderam que não sabiam.

Gráfico 4: A comunicação pensada de forma satisfatória.



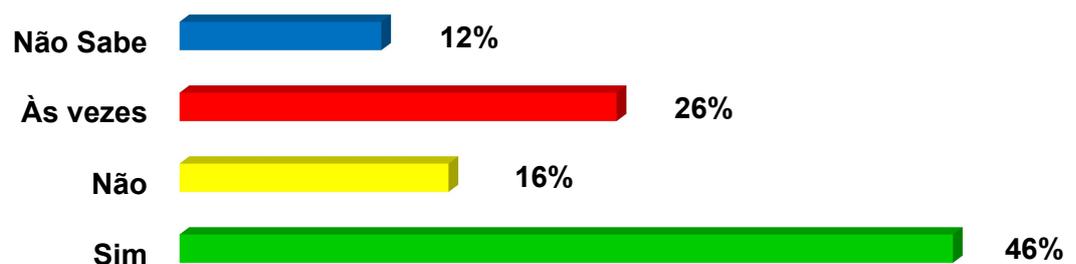
Fonte: O autor, 2019.

Mais uma vez, podemos perceber que as organizações onde os secretários trabalham/trabalharam precisam olhar para a comunicação com mais zelo, uma vez que somente 38% acreditam que as empresas pensam na comunicação de forma correta.

Nesse questionamento, podemos observar que os funcionários não sabem se a empresa pensa na comunicação empresarial de maneira adequada, que seria a relação da empresa com seu público interno e externo, já que apenas 38% (trinta e oito) afirmaram que sim, uma quantidade relativamente pequena para o esperado de uma empresa que almeja ter um sucesso duradouro.

Conforme apresentado abaixo no gráfico 5, é possível verificar se no local que os entrevistados trabalham, ou já trabalharam, a comunicação é frequente ou não entre os setores de chefia, diretores, gestores e trabalhadores.

Gráfico 5: A comunicação é frequente entre os setores.

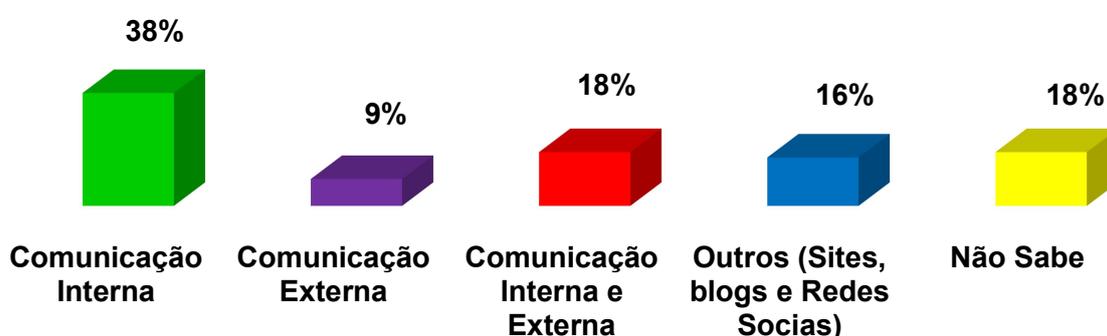


Fonte: O autor, 2019.

Como pode-se notar, uma considerável quantia de entrevistados responderam que sim, e isso é importante, pois uma empresa precisa de uma comunicação fácil e simples, não apenas no mesmo setor, mas em todos os ambientes da organização. Todavia, 26% (vinte e seis) dos investigados acreditam que essa comunicação entre os setores podem variar de um departamento para outro, sendo esporádica em determinadas áreas da empresa, e não em todos, como deve ser.

Em relação a que tipo de comunicação, o entrevistado mais utiliza/utilizou ao desenvolver sua função dentro da organização, temos o gráfico 6:

Gráfico 6: Qual comunicação é ou já foi utilizada.



Fonte: O autor, 2019.

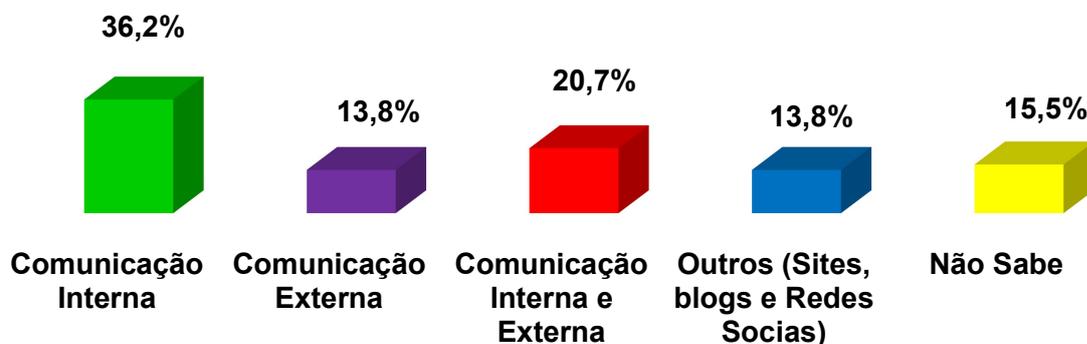
Conforme exposto do gráfico acima, 38% dos entrevistados afirmaram que a comunicação interna foi a mais utilizada por eles na organização; já 9% acreditam que foi a comunicação externa; enquanto 18% dos entrevistados declararam utilizar tanto a comunicação interna quanto a externa; na sequência, 16% responderam que se utilizaram outros tipos de comunicação; e 18% não sabem. Sendo assim, com base na análise dos dados obtidos através do questionário, pode-se alegar que a comunicação interna e a externa mostram que ainda são os principais tipos de comunicação usufruídos pelas organizações. Entretanto, outros tipos de comunicações, como as redes sociais, por exemplo, vêm ganhando cada vez mais força dentro das organizações. E isso apenas evidencia a valorização das empresas em relação as inovações tecnológicas, uma vez que tais tipos de comunicação, seja através de redes sociais (Instagram, Facebook e WhatsApp), *blogs* ou sites, estão conquistando, cada vez mais, seu espaço dentro das organizações. Assim, vale

ressaltar que o secretário executivo é o profissional mais adequado – e que dispõe dos devidos recursos técnicos – para desenvolver apropriadamente essa função.

Por conseguinte, expomos o gráfico 7, nele estão presentes as respostas para as indagações referente a comunicação empresarial, no tocante ao profissional de secretariado.

Nesse sentido, a 7ª pergunta foi para saber sobre qual tipo de comunicação o profissional de Secretariado Executivo tem mais domínio. De acordo com o gráfico 7, 36,2% (trinta e seis vírgula dois) dos entrevistados optaram pela comunicação interna, já 13,8% (treze vírgula oito) dos secretários afirmaram que melhor governa a comunicação externa, ao passo que 20,7% (vinte vírgula sete) declararam ter influência tanto sobre a comunicação interna quanto da externa. Os outros tipos de comunicação, como os *sites*, os *blogs* e as redes sociais, foram alvos da resposta de 13,8% (treze vírgula oito) dos indivíduos questionados, e uma quantia de 15,5% (quinze vírgula cinco) alegaram não saber.

Gráfico 7: O tipo de comunicação que o secretário mais utiliza.

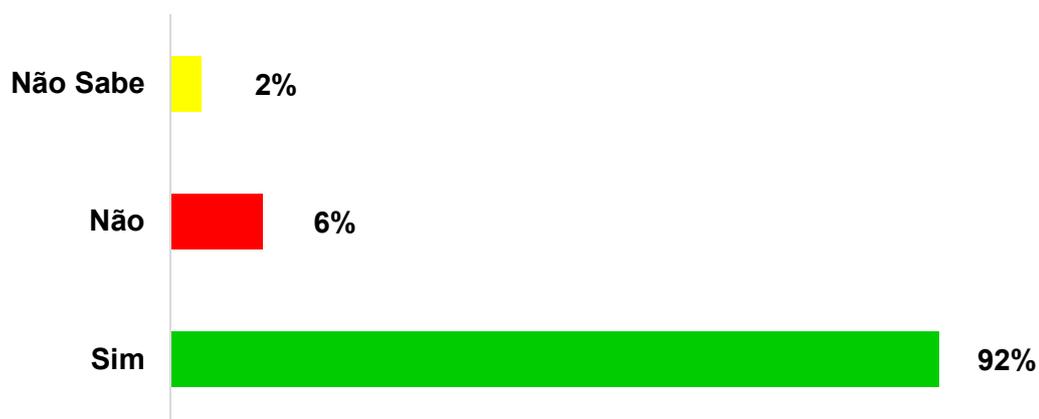


Fonte: O autor, 2019.

Nesse questionamento podemos analisar que os entrevistados acreditam que o profissional Secretário tem mais domínio da comunicação dentro da organização, podendo ter uma boa relação entre os setores e departamentos da empresa sendo esse agente facilitador da comunicação que é o Secretário Executivo Bilingue, mas pode-se ver também que os entrevistados acreditam que o Secretário pode executar e dominar qualquer tipo de comunicação, principalmente esse novo tipo de comunicação, que é a comunicação por meio da internet. Inclusive, esta indagação cumpre com um dos nossos objetivos específicos.

A partir deste momento, nossos questionamentos mudaram de perspectiva para procurar investigar se os entrevistados acreditavam que o profissional de Secretário Executivo poderia se especializar em comunicação para desempenhar melhor seu trabalho dentro da organização, conforme apresentado no gráfico 8:

Gráfico 8: Sobre a necessidade de o secretário se especializar em comunicação.

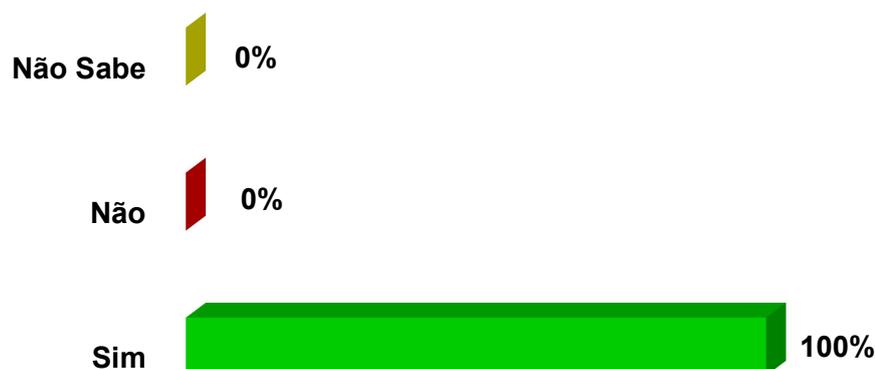


Fonte: O autor, 2019.

Tal como pode-se verificar no gráfico acima, a maioria, isto é, 92%, afirmaram que sim, que realmente os profissionais de secretariado podem (e precisam) buscar por uma especialização na área da comunicação; ao passo que apenas 6% responderam que os secretários não devem ou podem se especializar em comunicação, e 2% não sabem. Desta forma, podemos confirmar que, tal como era esperado, a maior parcela dos entrevistados responderam positivamente, assim, o secretário pode se especializar em comunicação através de uma formação em comunicação ou cursos de aperfeiçoamento. Conseqüentemente, poderia gerar resultados bastante satisfatórios como o aumento (em termos qualitativos) do currículo, os conhecimentos e as oportunidades no mercado para o profissional de secretariado.

Finalmente, o nosso último questionamento aos entrevistados foi para descobrir se o Secretário Executivo pode contribuir na comunicação dentro da organização.

Gráfico 9: O secretário pode contribuir na comunicação.



Fonte: O autor, 2019.

O gráfico 9 nos mostra que todos os entrevistados afirmaram que sim, que o secretário pode contribuir de forma significativa para comunicação empresarial. Assim sendo, 100% confirmam que o secretário é um profissional essencial dentro de uma determinada organização, já que domina as áreas técnicas e funcionais da empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar o profissional Secretário Executivo e suas atribuições, é possível concluir que, em virtude do seu posicionamento dentro de uma organização, a comunicação passa a ser essencial na sua rotina.

Assim, a comunicação destaca-se através das competências técnicas de organizar e administrar as rotinas de trabalho, tal como o atendimento ao público e telefônico, os eventos, as reuniões, a sistematização dos arquivos e das documentações.

O Secretário necessita que a empresa tenha uma comunicação eficiente, tornando-se então um agente facilitador da comunicação empresarial, seja ela interna ou externa, e até mesmo por meio das redes sociais.

Nesse sentido, vale ressaltar que, seja qual for o nível hierárquico, departamento ou setor que esteja atuando, o secretário será um destaque, pois tem a preocupação com o relacionamento interpessoal, dá atenção às pessoas que trabalham na empresa, além de utilizar os recursos eletrônicos e tecnológicos como ferramenta de trabalho.

As empresas precisam pensar com bastante calma na comunicação empresarial, dado que os resultados da presente pesquisa mostram que elas até dispõem-se do uso deste procedimento, mas não o executam em todos os níveis da organização, tampouco de maneira correta.

Desta forma, é imprescindível que o Secretário Executivo Bilíngue disponha da comunicação em seu perfil, pois possibilitam que este profissional tenha conhecimento organizacional, informações sobre os processos, além de ficar ciente das normas e procedimentos da empresa. Assim, facilitando, também, que o secretário possa tornar-se um gestor eficaz.

Sugerimos para futuros trabalhos, a maior exploração da comunicação interna, principalmente a comunicação interpessoal, que é o relacionamento com as outras pessoas no local de trabalho. Acredito que esse assunto vem a somar com o tema abordado nesse presente artigo, pois a comunicação interna está totalmente inserida no ambiente de trabalho de um profissional em Secretariado Executivo Bilíngue.

Por fim, chegamos a conclusão de que o profissional de secretariado tem alinhado ao seu perfil a função de agente comunicador, visto que está presente em todos os setores, nas mais diversas relações estabelecidas dentro da empresa, na maioria dos fluxos de informações relevantes e na tomada de decisões, assim, tornando-se uma peça essencial na comunicação dentro da empresa.

REFERÊNCIAS

- ANTONI, Verner Luis. **Orientação para o mercado e performance**: uma proposta de um modelo preditivo para o ensino superior. Passo Fundo: UPF, 2004.
- BAHIA, J. **Introdução à Comunicação Empresarial**. Rio de Janeiro: Mahuad, 1995.
- BORTOLOTTI, Márcia Fernanda Pasa; WILLERS, Ednilse Maria. Profissional de Secretariado Executivo Bilíngüe: explanação das principais características que compõem o perfil. **Revista Expectativa**. Toledo: Edunioeste, v.4, n.4, p. 45-56,

2005.

CARVALHO, Antônio P. de Carvalho; GRISSON, Diller. **Manual do Secretariado Executivo**. 5. ed. São Paulo: D'Livros, 2002.

DAFT, R. L. **Administração**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

GARCIA, E; D'ELIA, M. E. S. **Secretária Executiva**. 1. ed. São Paulo: IOB-Thomson, 2005.

KUNSCH, Margarida M. K. Gestão integrada da comunicação organizacional e os desafios da sociedade contemporânea. In: **Comunicação e sociedade**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), n. 32, 2º, p. 77-88, 1999.

MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação empresarial sem complicação: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo**. 2. ed. Barueri: Manole, 2009.

MEDEIROS, João Bosco; HERNANDES, Sonia. **Manual da Secretária Lei no. 9.261/96**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MEDEIROS, João Bosco; HERNANDES, Sonia. **Manual da secretária: técnicas de trabalho**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NONAKA, Ikijiro. **Toward middle-up-down management: accelerating information creation**. 3. ed. Spring: Sloan Management Review, 1988.

RONDINELLI, Rosely Curi. **Gerenciamento arquivístico de documentos eletrônicos: uma abordagem teórica da diplomática arquivística contemporânea**. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

SABINO, Rosimere Ferraz; ROCHA, Fabio Gomes. **Secretariado: do escriba ao web writer**. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.

TAVARES, M. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2016.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

MUITO OBRIGADO A TODOS