

## GT 8 – Outros Temas Correlatos ao Secretariado

**SECRETARIADO E COMUNICAÇÃO NA ERA DA INTERNET:  
UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NOS ANAIS DO ENASEC****Leonardo Bordin de Oliveira**

Universidade Estadual de Maringá, leobordin2@hotmail.com

**Keila Raquel Wenningkamp**

Universidade Estadual de Maringá, sebkeila@hotmail.com

**1 INTRODUÇÃO**

As tecnologias atuais causam transformações e evolução dos modelos de negócios. Uma evidência disso é a ampla digitalização das empresas, que passaram a atuar também na internet para alcançar um novo público e continuar atendendo clientes de formas diferentes, não necessariamente de forma presencial. Isso se intensificou ainda mais com o cenário de pandemia provocado pela COVID-19 iniciado em 2020, que obrigou diferentes negócios a se inserirem no meio virtual como um requisito para a sua sobrevivência. Esse fenômeno pode ser observado na pesquisa de Fortes e Gambarato (2020), que evidencia um grande aumento no consumo em lojas virtuais no ano de 2020, após a instauração da pandemia e das restrições impostas pelo distanciamento social.

Neste cenário, a comunicação se torna um fator importante para a definição de estratégias que visem o sucesso da organização, principalmente a comunicação mercadológica. Afinal, é por meio dela que se torna possível aumentar a rede de clientes ou seguidores de uma empresa, que se relacionam com o negócio por meio de suas redes sociais, lojas virtuais, páginas de blogs e outros ambientes digitais. Diante disso, o profissional de Secretariado Executivo, que é descrito como proativo e adaptativo, pode se tornar um grande ativo para o desenvolvimento de ações voltadas para o impulsionamento da comunicação mercadológica dos negócios e das organizações em que atuam. Isso se mostra pertinente ao analisar as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para os cursos de Secretariado Executivo, que destacam as competências comunicacionais que estes devem ter e que são trabalhadas em disciplinas da graduação. Considerando isso, a habilidade de comunicação escrita de um secretário executivo, por exemplo, pode torná-lo um hábil redator, capaz de produzir textos para páginas institucionais de sua empresa que gerem maior aquisição de usuários e clientes.

A partir dessa conjectura, este estudo pretende responder a seguinte pergunta de pesquisa: o que se tem escrito sobre Secretariado e a comunicação no âmbito digital, proporcionado pela internet, nos anais do Enasec? Para isso, o objetivo geral deste estudo é realizar uma investigação acerca das pesquisas publicadas nos anais de edições anteriores do Encontro Nacional Acadêmico de Secretariado Executivo (Enasec) que têm relação com a comunicação e a internet.

Pesquisas dessa natureza possuem justificativa pautada na relação direta entre o Secretariado e a área de comunicação, exposta pelas DCNs, e pelo cenário instaurado pela pandemia da COVID-19, que gerou um grande aumento de relações comerciais realizadas pela internet. Além disso, esta pesquisa se torna relevante, pois, ao presenciarem um estágio supervisionado em Secretariado Executivo, os pesquisadores observaram na prática a possibilidade de atuação desse profissional como redator de textos para internet, a partir da utilização de conhecimentos e habilidades adquiridas durante a graduação nessa área.

---

Dito isso, este trabalho é constituído por esta introdução, seu referencial teórico pautado nas investigações acerca da comunicação em Secretariado, a descrição dos procedimentos metodológicos, a exposição dos resultados obtidos e suas considerações finais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Bíscoli e Lotte (2006), ao analisarem a importância da comunicação na profissão de Secretariado Executivo, afirmam que os cursos de graduação da área devem fundamentar suas grades curriculares na formação de competências relacionadas à comunicação – em todos os âmbitos: interna, externa, relacional, interpessoal, cultural e social – pois essa é uma das habilidades mais estratégicas para o secretário executivo. Isso porque a comunicação organizacional é um recurso estratégico usado pelas empresas para construir sua reputação e, assim, garantir o seu sucesso (ARGENTI, 2014). Para tanto, a comunicação organizacional se divide nas esferas: institucional, administrativa, mercadológica e interna; cada qual com seus objetivos específicos (PIMENTEL, 2017).

A relação entre comunicação e o Secretariado Executivo pode ser conferida em instrumentos oficiais, como as DCNs para os cursos de graduação na área. Em seu Art. 4º, uma das competências e habilidades listadas como dever da formação acadêmica em Secretariado é o “domínio dos recursos de expressão e de comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais” (BRASIL, 2005, s/p). Além disso, a Lei 7.377/1985, que regulamenta o exercício da profissão, também fala de atribuições ligadas à comunicação, principalmente a comunicação escrita, como a redação de textos profissionais especializados (BRASIL, 1985). A partir dessa formação, é criado o perfil de um profissional que sabe lidar com a comunicação, tratando-a com a complexidade e dinamicidade que esta realmente tem no dia a dia das organizações.

Considerando o período de distanciamento social estabelecido por conta da pandemia da COVID-19, fica mais clara a importância de uma organização ter estratégias de comunicação bem definidas. Isso pode ser visto em estudos como o de Fortes e Gambarato (2020), quando afirma que no ano de 2020 o consumo em lojas de comércio virtual aumentou de uma forma sem precedentes pois, com a impossibilidade de fazer compras presencialmente, as compras *on-line* se tornaram o meio principal para evitar a paralisação da economia. Com diferentes organizações aderindo a esse canal de vendas, criar um conteúdo de qualidade, que diferencie uma empresa de seus concorrentes e que a faça ganhar destaque na disputa por cliques faz toda a diferença para o sucesso do negócio. Nesse sentido, a produção de textos, como as publicações de blogs e textos para páginas institucionais de websites, torna-se parte da estratégia que visa garantir a saúde da organização neste período de grande volume de compras pela internet e, também, de grande competitividade. O mercado eletrônico é como uma válvula de escape, cada vez mais aceita pelos consumidores, que permite às empresas continuarem em funcionamento (ALVES; BRITO, 2021).

Retomando o estudo de Bíscoli e Lotte (2006), que mostra que a atuação profissional de Secretariado dentro das organizações está ligada diretamente com cúpula diretiva das organizações e com as estratégias definidas por esta, é possível afirmar que, neste cenário em que o crescimento das relações comerciais pelas redes de comunicação é tão expressivo, as habilidades e competências ligadas à comunicação organizacional são de extrema importância para o sucesso do trabalho deste profissional.

## 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa pode ser caracterizada como bibliográfica e documental, pois busca realizar uma investigação acerca das pesquisas já publicadas nos anais de edições anteriores do Enasec que têm relação com a comunicação e a internet.

Quanto à coleta de dados, esta teve como base os anais da primeira à sexta edição do Enasec, disponibilizados na página oficial da Associação Brasileira de Pesquisa em Secretariado (ABPSEC). A opção por essa base de dados se justifica pelo fato deste ser o único evento especificamente intitulado como acadêmico e de âmbito nacional na área do Secretariado. Além disso, frequentemente é exigido de pesquisadores que seus estudos sejam primeiramente discutidos em eventos e publicados em anais para, posteriormente, serem enviados para periódicos (SANCHES, et al. 2016). Portanto, para esta primeira e inicial pesquisa, proposta para um resumo expandido, a análise desses anais se mostrou pertinente.

Para a seleção de trabalhos que compõem o corpo deste estudo, foram definidos alguns critérios e parâmetros. O primeiro foi a obrigatoriedade do termo “comunicação” no título do trabalho. Com a aplicação desse filtro aos 261 trabalhos totais disponíveis nos anais, chegou-se ao resultado de cinco trabalhos distintos. A partir desse resultado, foi aplicado um segundo critério, com a intenção de encontrar artigos diretamente ligados ao âmbito da internet. Portanto, buscou-se por termos do campo semântico da tecnologia, como “internet”, “portal”, “digital”, “virtual” e afins, nos títulos dos trabalhos. Aplicado esse parâmetro de seleção, chegou-se ao resultado de dois estudos (entre os cinco títulos que já tinham o termo comunicação). Diante deste número limitado, decidiu-se inserir no corpo da pesquisa um novo parâmetro de seleção: a inclusão de estudos que foram publicados no Grupo de Trabalho (GT) que tinha como temática as pesquisas relacionadas à “Tecnologia, Gestão da Informação e Comunicação para o Secretariado”. Nesse GT, após retiradas as duplicidades, cinco novos estudos foram adicionados à análise.

Com isso, criou-se o corpo de trabalhos que foi usado como campo de estudos para esta pesquisa. A partir deste corpo, leituras e análises foram feitas para responder à pergunta norteadora desta pesquisa. Dessa forma, a análise de dados ocorreu de forma descritiva, caracterizando esta pesquisa como qualitativa.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao investigar os anais das seis últimas edições do Enasec, foram levantados 261 trabalhos, dentre os quais é possível encontrar artigos completos, resumos expandidos, artigos apresentados no formato de pôster, textos para discussão em mesas temáticas e artigos provenientes de palestras. Aplicando o primeiro critério desta pesquisa, com o objetivo de selecionar apenas os estudos que possuem a palavra-chave “comunicação” em seu título, foi possível encontrar cinco estudos, que estão relacionados no Quadro 1.

Quadro 1 - Relação de estudos com o termo comunicação no título

Item	Título da pesquisa	Tipo da pesquisa	Edição do Enasec
1.	A Comunicação Escrita Oficial no Cotidiano Laboral do Profissional de Secretariado Executivo do Setor Público	ARTIGO	II
2.	Comunicação Escrita em Secretariado: A Argumentação na Carta	ARTIGO	II

“REDES DE COLABORAÇÃO CIENTÍFICA NO SECRETARIADO: O QUE PODEMOS FAZER PARA A PROFISSÃO DO AMANHÃ?”

	Comercial		
3.	Gestão da Comunicação Organizacional: Utilização da Comunicação Organizacional e Institucional	RESUMO	IV
4.	Portal de Informação e Comunicação de Marketing: Estudo de Caso no Curso de Secretariado Executivo da Unioeste – Campus de Toledo	ARTIGO	IV
5.	A Utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação pelos alunos do curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Roraima como ferramenta facilitadora do aprendizado	RESUMO	VI

Fonte: resultado da pesquisa (2021).

A partir desses cinco estudos, aplicou-se um novo critério de busca, a fim de selecionar aqueles especificamente voltados para o âmbito da internet. Assim, por meio da leitura de cada título, buscou-se por termos, como: internet, virtual, tecnologia, portal, digital e afins. Observou-se que apenas dois estudos possuíam palavras semelhantes a essas, quais sejam: os itens 4 e 5 do Quadro 1.

Diante desse pequeno número de trabalhos encontrados, mais uma busca foi feita, agora para selecionar os estudos do GT denominado de “Tecnologia, Gestão da Informação e Comunicação para o Secretariado”. Nesse caso, não foram observados termos-chave nos títulos, pois o próprio GT possuía as palavras “tecnologia” e “comunicação”. Ou seja, o intuito foi coletar todos os estudos desse GT. Sendo assim, após retiradas as duplicidades, outras cinco pesquisas foram encontradas (Quadro 2).

Quadro 2 - Relação de estudos do GT Tecnologia, Gestão da Informação e Comunicação para o Secretariado

Item	Título da pesquisa	Tipo da pesquisa	Edição do Enasec
1.	Secretariado Executivo: Tendências da Profissão num Mundo Cada Vez Mais Dinâmico e Imediatista	ARTIGO	III
2.	A Gestão do Conhecimento e a Produção Acadêmica e Científica do Curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Santa Catarina: O Papel do Coordenador do Curso	RESUMO	IV
3.	A Tecnologia da Informação como Ferramenta de Gestão da Produção Acadêmica do Curso de Graduação em Secretariado Executivo da UFSC: Criação de uma Página Virtual	RESUMO	IV
4.	O Acesso ao Resultado das Pesquisas Realizadas no Curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Santa Catarina: A Impressão dos Graduandos e Egressos	RESUMO	IV
5.	Gestão do Conhecimento e o Profissional de Secretariado Executivo: Estudo de Caso em uma Universidade do Norte Gaúcho	ARTIGO	V

Fonte: resultado da pesquisa (2021).

A partir dos quadros 1 e 2, a primeira e principal constatação que pode ser feita neste momento é que, considerando a intenção do presente trabalho de observar os estudos

relacionados ao Secretariado e à comunicação no âmbito da tecnologia, e observando os títulos de trabalhos que apresentam termos relacionados a estes assuntos, é possível encontrar apenas três estudos, sendo um artigo e dois resumos (itens 4 e 5 do Quadro 1 e item 3 do Quadro 2).

Diante disso, é relevante retomar o que já dizia o estudo de Bíscoli e Lotte (2006) sobre a importância das competências comunicacionais para o sucesso do profissional de secretariado dentro das organizações, e confrontá-lo com a realidade das pesquisas da área nos dias atuais. Nesse sentido, sabendo da relevância da comunicação na profissão, reflete-se: por que ainda se encontra poucos estudos sobre o assunto nesse reconhecido evento acadêmico da área de Secretariado? Isso pode ser ainda mais preocupante se considerar outros aspectos: a) parte significativa da produção científica dos grupos de pesquisa em Secretariado Executivo é publicada em anais de eventos, como os do Enasec (SANCHES, et al. 2016; SCHMIDT, et al. 2018), ou seja, mesmo assim, poucos estudos são da temática de comunicação e internet; b) a importante contribuição de pesquisas para o desenvolvimento de uma profissão e de uma área (SANCHES, et al. 2016); c) o crescimento da tecnologia e de seu impacto nos negócios, que passaram a se digitalizar para se adaptarem e sobreviverem ao atual cenário da economia (ALVEZ; BRITO, 2021), cenário este que é o espaço ocupado pelos profissionais de Secretariado.

Prosseguindo, ao ler os três estudos selecionados, foi possível analisar que seus objetivos e resultados de pesquisa não estão de fato relacionados com o foco desta investigação: estudos que mostrassem o profissional de secretariado utilizando de suas competências comunicacionais para desempenhar atividades que contribuíssem para o destaque de sua organização no cenário digital. Dois desses estudos mostram os resultados positivos coletados por universidades do Sul do país ao disponibilizar informações em seu portal virtual do curso de Secretariado Executivo, enquanto o terceiro demonstra a afinidade que os estudantes da Universidade Federal de Roraima possuem com o uso de Tecnologias da Informação e Comunicação em momentos de estudos. Além disso, ao ler o resumo e introdução dos outros sete estudos levantados para o corpo desta análise, também é possível observar que estes não têm relação direta com a problemática levantada pelo objetivo desta pesquisa.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É certo que existe uma relação direta entre a profissão de Secretariado e a comunicação. Tal profissional, ao construir um perfil com fortes habilidades comunicativas, torna-se capaz de atuar estrategicamente para sua organização, ajudando-a na conquista do destaque em um cenário cada vez mais competitivo, principalmente na internet.

A comunicação no Secretariado é um assunto importante e pertinente, demonstrado inclusive em documentos oficiais da profissão, como sua lei regulamentadora e as DCNs para os cursos de graduação na área. Entretanto, ao investigar as pesquisas sobre o assunto publicadas no reconhecido evento acadêmico de cenário nacional, o Enasec, foi possível observar que esta é uma área ainda pouco explorada.

Com o objetivo de realizar uma investigação acerca das pesquisas publicadas nos anais de edições anteriores do Enasec que têm relação com a comunicação e a internet, este estudo pôde evidenciar que não foram encontradas pesquisas diretamente relacionadas ao assunto. Ainda que existam pesquisas publicadas nesses anais, que investiguem temáticas da comunicação, nenhuma delas explora a oportunidade que existe para o profissional de secretariado de utilizar suas habilidades, como a sua comunicação escrita, no âmbito da internet e na inserção estratégica de organizações no mercado digital. Levando em conta que as

pesquisas acadêmicas e as atividades profissionais estão diretamente ligadas, considera-se que pode existir uma lacuna nessa área e que, portanto, profissionais secretários executivos e também pesquisadores podem explorar essa oportunidade.

Ressalta-se que tais observações foram feitas a partir da análise que levou em consideração apenas os trabalhos publicados em edições anteriores do Enasec. Assim, para conseguir resultados mais concretos e profundos, sugere-se a realização de estudos futuros que investiguem também as publicações em periódicos científicos da área do secretariado. Também, é preciso levar em conta que as tendências de crescimento do mercado digital possuem como base a pandemia de COVID-19, iniciada no ano de 2020, e que a última edição do Enasec foi realizada em 2019. Logo, não foi possível considerar estudos feitos neste cenário.

## REFERÊNCIAS

ALVES, A. A.; BRITO, J. V. S. Impactos do novo Corona Vírus/COVID-19 no mercado de e-commerce no Brasil. **Revista Innovare-ISSN 2175-8247**, v. 1, n. 2, p. 15-27, 2021.

ARGENTI, P. A. **Comunicação Empresarial: a construção da Identidade, Imagem e Reputação**. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

BÍSCOLI, F. R. V.; LOTTE, R. I. Reflexões teóricas sobre a importância da comunicação em Secretariado Executivo. **Revista Expectativa**, Toledo-PR, v. 5, n. 5, 2006.

BRASIL. Lei nº 7.377, de 30 de setembro de 1985. Dispõe sobre o Exercício da Profissão de Secretário e dá outras Providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 1 out. 1985.

BRASIL. Resolução nº 3, de 23 de junho de 2005. **Estabelece diretrizes curriculares nacional dos cursos de graduação em secretariado executivo**. Diário Oficial da União, Brasília, DF. Recuperado em 21 de abril, 2021, de [http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces003\\_05.pdf](http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces003_05.pdf).

FORTES, T. S.; GAMBARATO, V. T. Utilização do e-commerce em tempos de isolamento social. In: **IX JORNACITEC-Jornada Científica e Tecnológica**. 2020.

PIMENTEL, M. de O. **Em pauta: manual prático da comunicação organizacional**. Curitiba: InterSaberes, 2017.

SANCHES, F. C.; SCHMIDT, C. M.; CIELO, I. D.; WENNINGKAMP, K. R. Cooperação científica internacional dos grupos de pesquisa em Secretariado Executivo do Brasil. **GeSec**, v. 7, n. 3, p 21-46, 2016.

SCHMIDT, C. M.; WENNINGKAMP, K. R.; CIELO, I. D.; SANCHES, F. C. Produção científica do Grupo de Pesquisa em Secretariado Executivo Bilíngue rumo ao stricto sensu: mutatis mutandis. **GESEC**, v. 9, n. 1, p. 18-41, 2018.