

REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NA PROFISSÃO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

Fabiana Regina Veloso Bíscoli¹
Roseli Immig Lotte²

RESUMO: Este artigo objetiva evidenciar, através de pesquisa bibliográfica, a comunicação como um diferencial na profissão de Secretariado Executivo. Espera-se alertar o profissional para a necessidade de eficácia na comunicação, uma vez que, em sua atuação profissional, seja ela moldada por qualquer uma das áreas de formação (assessoria gerencial, articulador de processos ou empreendedor) está intimamente relacionada com a correta utilização da comunicação, a qual deve estar fundamentada na informação adequada e eficiente.

PALAVRAS-CHAVES: Comunicação, Informação, Secretariado Executivo.

THEORETICAL REFLECTIONS ON THE IMPORTANCE OF COMMUNICATION IN THE EXECUTIVE SECRETARY PROFESSION

ABSTRACT: This article presents the objective to evidence communication as a differential in the Executive Secretary profession, once this professional represents a fundamental position in the organizations. I hope that this article will alert the professionals about the need of effectiveness communication, once in their professional performance, independent of the formation area-management advisory body, processes articulator or entrepreneur are deeply

¹ Docente do curso de Secretariado Executivo Bilíngüe da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Paraná, Brasil. Mestre em Administração de Negócios, Especialização em Excelência na Gestão Pública, Graduada em Secretariado Executivo Bilíngüe, membro do Grupo de Pesquisa em Secretariado Executivo da UNIOESTE - GPSEB. fabianab@unioeste.br

² Agente Universitária na Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Paraná, Brasil. Especialista em Economia do Agronegócio, Graduada em Secretariado Executivo Bilíngüe, membro do Grupo de Pesquisa em Secretariado Executivo da UNIOESTE - GPSEB. seb@unioeste.br

related with a correct utilization of the communication, which should be fundamental in the correct and efficient information.

KEY-WORDS: Communication, Information, Executive Secretary.

1 INTRODUÇÃO

A evolução histórica da profissão de Secretariado Executivo mostra o empenho dos profissionais em serem reconhecidos no mercado de trabalho como assessores gerenciais, papel importante nas empresas no cenário atual. 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.

Frente a esse novo perfil observa-se que um aspecto extremamente importante para a empresa tomou uma dimensão ainda maior para o Secretário Executivo, a comunicação. A comunicação tem se mostrado de fundamental importância para as empresas na forma como estas se relacionam com seu ambiente, na implementação das estratégias organizacionais, no desenvolvimento da imagem da empresa, na formação de sua cultura organizacional, entre vários outros aspectos (TORQUATO, 2002; KUNSCH, 2003).

É preciso mencionar que o Secretário Executivo que pretenda atuar neste contexto organizacional deve buscar eficiência e eficácia na comunicação, pois assume a função de assessor executivo, passando a ser o responsável por várias atividades organizacionais, desde as mais rotineiras como organizar reuniões, viagens e agenda, até as mais elaboradas, como assessorar projetos, apresentar relatórios e pareceres, representar o executivo em negociações e eventos, quando é acionado para articular e implementar inovações nas atividades gerenciais, considerando que a informação deve respaldar coerentemente todo o processo de comunicação.

O objetivo deste artigo é levantar um referencial teórico que fundamente a importância da comunicação na profissão de Secretário Executivo. Utilizou-se apenas a pesquisa bibliográfica, uma vez que este estudo tem caráter exploratório.

A pesquisa bibliográfica é uma ferramenta que objetiva selecionar o material mais adequado com o qual se possa começar a trabalhar uma temática. Por meio dela, você procura, com o auxílio de bases de dados, todo tipo de documento que melhor se adapte ao tema que você busca.

Parra Filho e Santos (2002), complementam esta idéia afirmando que qualquer que seja o campo a ser pesquisado, sempre será necessária uma pesquisa bibliográfica, para se ter um conhecimento prévio sobre o estágio em que se encontra o assunto pesquisado.

1.1 O PERFIL DO SECRETÁRIO EXECUTIVO

O Secretário Executivo nas perspectivas atuais, das concepções dos cursos de graduação e das referências organizacionais destaca-se como um elemento chave da organização. Este profissional tem o perfil adequado para assessorar a gestão de empresas podendo efetuar projetos e diagnósticos de análise organizacional, fornecendo o suporte necessário para produzir as mudanças exigidas pelo ambiente interno e externo às organizações, tanto no que se refere às estratégias organizacionais, equipes de trabalho, cultura organizacional, gestão de empresas ou mesmo no que diz respeito às práticas de assessoria e promoção de eventos organizacionais, reorganização interna (layout, equipes de trabalho, arquivos, atendimento, etc.) ou ainda o suporte às relações externas com a comunicação evidenciada em negociações tanto nacionais quanto internacionais (BÍSCOLI E CIELO, 2004).

O perfil do Secretariado Executivo aponta para um profissional com competência para promover e participar da melhoria do processo de gestão e desenvolvimento das organizações, do aumento de produtividade e competitividade (BORTOLOTTO E WILLERS, 2005).

Com a evolução do perfil profissional, mudanças curriculares são estimuladas a fim de transformar os cursos superiores em formadores de profissionais que, além do cumprimento das rotinas secretariais como organização de eventos, arquivística e etiqueta profissional, sejam capazes de compreender a

organização e suas atitudes (CARVALHO, 1998; MEDEIROS E HERNANDES, 1999).

Assim, é perceptível que a comunicação organizacional circunda todas as atribuições do Secretário Executivo, permitindo a ele desenvolver uma visão abrangente do comportamento organizacional no seu ambiente interno e externo. Internamente rotinas se alteram, envolvendo os membros da organização numa situação nova, a partir de novas relações de trabalho, que podem se alternar entre temporárias e definitivas. Com isso mudam costumes, normas de relacionamentos, procedimentos de trabalho, mecanismos de coordenação, hierarquias, relações entre setores e entre empresas, e até mesmo valores, chegando a modificar a cultura da empresa. Externamente, a empresa pode se envolver em mudanças no seu ambiente de atuação, no foco estratégico, levando-a a buscar novos clientes, produtos ou serviços e relações empresariais.

Através destas perspectivas, de uma forma abrangente, os cursos de graduação visam formar um profissional que desempenhe as funções de:

- a) gestor: que vincula a prática do exercício de atribuições e responsabilidades das funções de secretário executivo, planejando, organizando e implantando programas de desenvolvimento nas organizações;
- b) empreendedor: que promova as idéias e as práticas inovadoras, tendo competência para implantar resoluções alternativas, bem como capacidade crítica, reflexiva e criativa, utilizando-se de novos conhecimentos para promover e antecipar as transformações organizacionais;
- c) articulador: que articule os processos de comunicação e relacionamentos internos e externos, bem como em transações internacionais.

Este é o perfil pretendido pelo curso de Secretariado Executivo Bilíngüe da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, conforme Diretrizes Curriculares (2006), e de tantos outros cursos de graduação em Secretariado Executivo no Brasil.

Juntando-se ao perfil esperado pelos cursos de graduação, pode-se ainda extrair de vários autores como Carvalho (1998); Medeiros e Hernandes (1999);

Franco (1998); Magalhães e Souza (2001), outras competências e habilidades do profissional Secretário Executivo:

- a) possuir visão generalista das organizações, participando e compartilhando da visão gerencial sobre as organizações;
- b) aplicar as técnicas de Secretariado Executivo com precisão, buscando sua atualização e funcionalidade;
- c) possuir habilidades para lidar com processos inovadores de gestão, sensibilidade de diagnóstico e aplicações nas diversas situações organizacionais;
- d) possibilitar a transmissão e difusão das informações, através da gestão de informações e de documentos;
- e) utilizar a comunicação interpessoal e expressão correta nos documentos técnicos específicos e de interpretação da realidade das organizações, com domínio – oral e escrito - das línguas portuguesa, inglesa e espanhola;
- f) demonstrar compreensão do conjunto administrativo, de modo integrado, sistêmico e estratégico, bem como de suas relações com o ambiente externo;
- g) resolver situações de flexibilidade e adaptabilidade diante de problemas e desafios organizacionais;
- h) auxiliar os órgãos diretivos a selecionarem estratégias adequadas de ação visando a atender interesses interpessoais e institucionais.

Desta forma, o secretário executivo deve desempenhar suas atividades com competência e profissionalismo, contribuindo, significativamente, para a busca da melhoria constante, da excelência profissional e da produtividade das organizações.

Neste contexto, o processo da comunicação organizacional circunda todas as atividades e atribuições do secretário executivo. De forma específica na gestão de documentos e sistemas de informação, organização de eventos, ocasião em que o contato com imprensa e autoridades se estabelece via comunicação, ou mesmo de forma mais indireta e abrangente quando assessora a gerência nas tomadas de decisão, no planejamento de ações internas e externas, e mesmo na leitura e diagnóstico de cenários empresariais.

2 DEFININDO COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

De acordo com Restreppo (1995), a comunicação pode ser entendida como um composto que dá forma à organização, que a informa fazendo-a ser o que é. Considerando essa perspectiva o autor estabelece quatro dimensões do processo de comunicação organizacional:

- a) como informação (o que dá forma), enquanto configurador das operações próprias de cada organização. São as transações estáveis que necessitam ocorrer para que o negócio se viabilize, o sistema normativo (missão, valores, princípios, políticas...) que sustenta a prática organizacional e suas formas de controle;
- b) como divulgação, no sentido de 'dar a conhecer', tornar público;
- c) como gerador de relações voltadas para a formação, a socialização e/ou o reforço de processos culturais. Atividades recreativas, cerimônias e celebrações são alguns dos processos de comunicação utilizados nessa dimensão;
- d) como participação, ação de comunicação do 'outro'. Nesse ponto se completa o ciclo da comunicação, no qual explicitamente se dá a palavra ao outro, escutando-o e reconhecendo-o. São os trabalhos em equipe, os programas de sugestões, enfim, todas as práticas organizacionais que oportunizem a efetiva participação, estabelecendo vínculos de pertinência e compromisso com a organização.

A comunicação analisada sob a perspectiva organizacional, possibilita uma análise da cultura organizacional considerando metaforicamente, a cultura como algo que é constantemente construído e reconstruído, processo no qual a comunicação surge como principal elemento gerador de transformações, pois é a partir da comunicação que os atores sociais e as pessoas que fazem parte da vida organizacional se relacionam e transformam a vida que os cerca, mudando ao mesmo tempo a cultura organizacional (RESTREPPPO, 1995; JOHAN, 2004).

Assim, na concepção de Restreppo (1995), e também de Bíscoli (2003), as necessidades, os valores e interesses individuais devem ser considerados no processo perceptivo, e entendidas como condições básicas no processo de comunicação. Portanto, a impressão que o receptor da comunicação tem do comunicador, o papel que o indivíduo desempenha na organização, o fenômeno da “esteriotipização”, as diferenças de “status” são alguns dos fatores que favorecem ou dificultam a comunicação.

Na administração de empresas há algumas concepções que consideram a organização como um sistema vivo e aberto, conectado por um fluxo de informações entre as pessoas que ocupam diferentes posições e representam distintos papéis, concebendo a comunicação organizacional como sendo o fluxo de mensagens processadas em uma rede de relações interdependentes. (MORGAN, 1996).

De acordo com Kunsch (2003), a comunicação organizacional pode ser composta por um conjunto interativo da comunicação institucional, com a comunicação mercadológica, a comunicação interna e comunicação administrativa.

Segundo o autor “a comunicação organizacional deve constituir-se num setor estratégico, agregando valores e facilitando os processos interativos, por meio das relações públicas, da organização com os seus diferentes públicos, a opinião pública e a sociedade em geral”. (op. Cit., p. 150).

Da mesma forma Torquato (2002), considera a comunicação como uma possibilidade de integração do sistema organizacional, ou seja, das modalidades da comunicação cultural, comunicação administrativa, comunicação social e sistemas de informação.

Para Kunsch (1999, p.92), a comunicação institucional permite à organização “ter um conceito e um posicionamento favorável perante a opinião pública”, isto é, a construção de sua credibilidade, enquanto que a comunicação mercadológica volta-se para a divulgação dos produtos e serviços, compreendendo toda a manifestação gerada em torno dos objetivos de venda de uma organização. Ambas, ressaltando as suas diferenças e especificidades, implementam ações destinadas aos públicos externos da organização.

Torquato (2002, p. 34), engloba essas duas modalidades sob a denominação de comunicação social, da qual fazem parte as áreas de: jornalismo, relações públicas, publicidade, editoração e marketing, admitindo-a como “a mais

desenvolvida, tanto do ponto de vista conceitual quanto dos pontos de vista operacional e tecnológico”.

Os autores destacam ainda a comunicação administrativa e interna, as quais podem ser consideradas mais visíveis nas rotinas do Secretário Executivo. Para Torquato (2002, p. 34), a comunicação administrativa envolve procedimentos internos da organização, “reunindo papéis, cartas internas, memorandos (...). A comunicação interna visa proporcionar meios para promover maior integração dentro da organização mediante diálogo, à troca de informações e experiências e à participação de todos os níveis”.

Já 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”

Ou seja, tanto para Torquato (2002) quanto para Kunsch (1999), a comunicação passa por todo o sistema organizacional e por esta razão deve ser considerada como elemento estratégico nas organizações. Sendo assim, o Secretário Executivo, deve estar muito atento ao processo da comunicação, uma vez que dentro do perfil atribuído pelas empresas, este profissional posiciona-se junto à cúpula decisória das empresas, portanto, cercado por todos os sistemas gerenciais das organizações bem como por todas as modalidades da comunicação organizacional.

Pode-se dizer que as organizações utilizam recursos comunicacionais para se posicionar estrategicamente no mercado onde atuam, favorecendo sua imagem para o público externo, posicionando seus produtos, ou otimizando seus processos.

Neste contexto o Secretário Executivo deve estar atendo às necessidades organizacionais para se destacar no mercado de trabalho, buscando especializar-se na área da comunicação, pois esta é de fundamental importância para a atuação deste profissional na sua atuação como empreendedor, articulador ou gestor.

2.1 A INFORMAÇÃO COMO FUNDAMENTO DA COMUNICAÇÃO

O salto tecnológico ocorrido na última década transformou, de maneira decisiva, a execução do trabalho. Cada vez mais as empresas passam a ver a informação como sendo seu principal recurso estratégico. Para adotar políticas estratégicas eficazes, é necessário que estejam baseadas em informação, que passa a ser a matéria-prima de qualquer organização.

Para Rezende (2002), a maior barreira na busca de uma forma de empresa competitiva é justamente o fluxo de informação, tendo em vista a dificuldade no processo de comunicação entre os níveis hierárquicos empresariais, no qual o nível de entendimento dos problemas acaba sendo pequeno, salientando, ainda, que a produtividade do empregado depende dos tipos e qualidade dos sistemas de informação na empresa.

Comunicar muitas vezes não é fácil, porque se necessita de mecanismos para isso, seja por papel, por e-mail, por telefone ou mesmo pessoalmente. A comunicação pode gerar transtornos quando não atinge seu objetivo, que é a transmissão exata da informação.

No ambiente de trabalho, a comunicação é ponto fundamental para a transmissão das informações de um setor ao outro, porém a informação sem a agregação de conhecimento não gera resultados para o desempenho das funções administrativas, assim, somente poderá ser tida como vantagem competitiva quando acoplado conhecimento a ela.

Com a evolução da tecnologia, aumentaram os meios de comunicação, permitindo o acesso às informações de forma mais rápida, como é o caso da Internet. Porém, a informação em papel ainda é a forma mais eficiente para a tomada de decisões dentro das organizações, tendo em vista que uma informação recebida por e-mail não pode ser considerada como um documento, e sim, apenas como um meio de ciência do conteúdo. O papel torna a informação oficial quando dispõe de assinatura do emissor, servindo, dessa forma, como instrumento essencial nas tomadas de decisão do administrador.

Segundo Teixeira Filho (2001), o dado, a informação e o conhecimento têm sido os principais ativos dentro das organizações. Todo sistema de informação pode ser visto como um conjunto de programas e de estruturas de dados. Segundo o

autor, os sistemas evoluíram para acompanhar a sofisticação da gerência de negócios.

À medida que a infra-estrutura de informações das empresas amadurece, aumenta a necessidade de qualidade dos dados e de sistemas eficientes e eficazes de suporte de decisão. Esse tipo de sistema e o uso corporativo que se faz dele, alavancam o conhecimento de negócio resultando em vantagem competitiva.

Gerenciar informações é fundamental, pois as informações são dados coletados, organizados e ordenados aos quais são atribuídos significado e contexto. A informação não se deprecia da mesma forma que os bens de capital, em algumas circunstâncias o valor da informação é eterno e em outros pode perder seu valor instantaneamente. O importante é criar um ambiente administrativo que combine inovação e informação.

Paes (1997), também reforça a importância das modificações que foram introduzidas no cotidiano das pessoas em decorrência dos desdobramentos da tecnologia em ritmo acelerado, transformando-se num fenômeno complicado de administrar (visto que qualquer mudança requer um período de assimilação e adaptação, podado pela rapidez com que os avanços tecnológicos invadiram o universo daqueles que têm a informação como matéria-prima de seu desempenho profissional).

A autora afirma ainda, que é inquestionável o fato de que a tecnologia rompeu com os esquemas tradicionais relacionados à informação e ao documento, como resultado dos avanços obtidos na área das comunicações, da utilização de novos equipamentos e materiais distintos dos convencionais, tais como microfimes, vídeos, documentos informáticos, etc.

A tecnologia da informação utilizada inclui ferramentas para trabalho em grupo, uma diversidade de meios de comunicação (correio eletrônico, INTRANET), redes internas de telefonia e de comunicação de dados, dentre muitas outras. Seu modelo de gestão inclui, obrigatoriamente, um número reduzido de níveis hierárquicos e utilizam sempre, independentemente da sua configuração de organograma, o trabalho interfuncional (times, células, grupos de trabalho e de solução de problemas). Por conseqüência, o processo decisório é acentuadamente participativo. Todo este desenho visa facilitar a coleta, a assimilação e o aproveitamento do conhecimento (SERAFIM FILHO, 1999, p. 04).

Para Serafim Filho (1999), a gestão do conhecimento passa do compartilhamento dos conhecimentos individuais para a formação do conhecimento organizacional. O trabalhador do conhecimento é, essencialmente, a fonte básica da formação do conhecimento na organização. Este profissional, no seu dia-a-dia, analisa dados e informações, comunica-se intensivamente com os demais colaboradores de sua equipe, possui conhecimentos globais do negócio e especialização em sua área de atuação.

Observa-se, portanto, que a diferença na competitividade da organização não está no número de computadores e sua sofisticação tecnológica, mas sim na maneira de utilizá-los, pois duas corporações usando a mesma tecnologia, conseguirão resultados inteiramente diferentes dependendo do conhecimento agregado às informações adquiridas e o gerenciamento dessas informações.

Nesse contexto, pode-se afirmar que o Secretário Executivo está apto a gerenciar esse novo conceito de organização ligada à tecnologia da informação por ser conhecedor da gestão estratégica e pela habilidade com as ferramentas da informação adquiridos no período de graduação e lapidados pelo contexto profissional prático.

3 DISCUSSÕES E RESULTADOS

Acompanhando a idéia de que o secretário executivo é um profissional mais atuante nas empresas, desenvolvendo atividades diretamente relacionadas à cúpula diretiva das mesmas, é possível dizer que a comunicação organizacional faz parte, do rol de temáticas a serem exploradas e dominadas por este profissional.

Para melhor compreender a relação proposta no início deste artigo, propõe-se abordar as atribuições do secretário executivo em que a comunicação se torna essencial. Assim pode-se destacar, a seguir, as atribuições do Secretário Executivo divididas em atribuições técnicas, gerenciais e empreendedoras.

Dentro das atribuições técnicas incluem-se as rotinas de escritório como organização de: eventos, arquivos, agenda, viagens; redação de documentos, contatos telefônicos, organização e apresentação de trabalhos (oral e escrito),

administração das rotinas do escritório (aquisição e manutenção de equipamentos e material de expediente, etc.). Para estas atribuições a comunicação faz-se presente de várias maneiras. Para a correta redação de documentos há regras específicas de comunicação que devem ser utilizadas para manter a imagem da empresa e a do próprio profissional no nível de excelência profissional esperado de qualquer empresa. Assim, é necessário o cuidado com a forma de relacionamento que está sendo estabelecida entre o executivo que está emitindo (assinando) o documento e o receptor deste documento, o qual está sendo mantida, neste momento, exclusivamente através de um documento.

Da mesma forma, a comunicação é de extrema importância na rotina de arquivamento dos documentos, para a qual o secretário executivo deve antes de iniciar o planejamento da guarda de documentos, fazer um levantamento do fluxograma da empresa para averiguar quais os processos nos quais os documentos que serão guardados deverão ser requisitados. Ou seja, verificando em que instâncias os documentos circulam antes de chegar ao seu destino, quais instâncias recebem o retorno deste documento, quais setores possivelmente buscarão acesso a estes documentos, e quais setores tem interesse legal ou processual nos documentos arquivados.

Neste processo o Secretário Executivo deve ainda planejar a normatização dos documentos, uma vez que deverá estabelecer critérios para selecionar um método adequado para a guarda dos mesmos. Para tal atividade mais uma vez a comunicação surge como fundamental, pois é a partir da comunicação organizacional que o profissional estabelece os tipos de documentos para diferentes assuntos, dentro das diversas áreas de trabalho de uma empresa. Para normatizar documentos é preciso um compromisso de toda a organização no processo de comunicação organizacional, cabendo aos administradores a formulação e administração dos processos de trabalho o que levará a uma simplificação de processos e de produção de documentos, o que conseqüentemente facilitará na definição dos sistemas e métodos de arquivamento.

Pode-se dizer que é praticamente impossível a realização das atividades como organização de agendas, reuniões e viagens, sem a utilização eficiente da comunicação oral e escrita ou a comunicação administrativa e interna, na visão de Kunsch (2003) e Torquato (2002).

Para a elaboração de apresentações e representações em que o Secretário Executivo prepara materiais para seu superior ou para substituí-lo, os recursos da comunicação são fundamentais. O Secretário Executivo deve planejar todos os aspectos relacionados à comunicação com o público que pretende atingir, observar tanto o que irá transmitir quanto o que irá receber de resposta de seus interlocutores, o que nem sempre ocorre de maneira escrita ou falada, mas sim por meio de sinais, como gestos, sons ou posturas (HELLER, 1998).

Os recursos da comunicação administrativa e interna também são fundamentais na organização de eventos, sendo que nesta atividade é evidente ainda a comunicação social e relacional, além da modalidade cultural. Para estas ocasiões há uma formalidade protocolar da reunião de pessoas de diferentes localidades, com culturas, costumes e cerimoniais distintos (GIACAGLIA, 2003).

No tocante às atividades gerenciais e empreendedoras pode-se retornar ao que dizem Kunsh (1999, 2003), Torquato (2002) e Restreppo (1995), quando definem a comunicação organizacional e a colocam como elemento estratégico fundamental para as empresas. Acompanhando as assertivas dos autores pode-se afirmar que é responsabilidade do administrador ou do gestor cuidar para que a comunicação seja considerada como um elemento fundamental e estratégico no âmbito organizacional. Assim, sendo o Secretário Executivo um gestor e articulador de processos administrativos, cabe a ele também assumir para si esta responsabilidade, zelando pelas relações do seu cargo com os demais dentro da empresa, assim como se responsabilizando pelas relações da empresa com todo seus *stakeholders*³, e ainda observando a imagem da empresa que representa junto ao público externo.

Para finalizar é possível retornar às atribuições e competências do Secretário Executivo, mencionadas ao início deste artigo para observar que em todas elas a comunicação está inserida. Por isso, acredita-se que os cursos de graduação devem fundamentar suas grades curriculares na formação de competências profissionais, entre as quais, a comunicação, que para o Secretário Executivo talvez seja a mais estratégica.

³ Representam todo o público atingido pelas relações intra e inter organizacionais (clientes, fornecedores, parceiros, concorrentes, funcionários e colaboradores).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando o profissional Secretário Executivo e suas atribuições é possível afirmar que, em virtude do seu posicionamento na organização, a comunicação passa a ser essencial nas suas rotinas. O Secretário Executivo no cenário atual deve estar apto a assessorar gerentes, devendo: dominar as competências técnicas da profissão; ter a perspicácia da visão e das atividades gerenciais e; na perspectiva empreendedora, deve ainda perceber a empresa e a realidade de mercado como empresário.

Assim, a comunicação se destaca através das competências técnicas de organizar e administrar as rotinas de trabalho como agenda, viagens, eventos, etiqueta e arquivo, pois o domínio das rotinas depende da informação bem filtrada, corretamente registrada e eficientemente gerenciada pelo profissional. Ou seja, um arquivo eficiente depende das formas de comunicação utilizadas na empresa e registradas através dos documentos guardados para acesso dos vários níveis departamentais da empresa.

Da mesma forma a organização de um evento empresarial somente será bem sucedida se a comunicação da empresa com os ouvintes, convidados e homenageados ocorrer de forma clara, objetiva, atendendo às regras protocolares. Assim como uma viagem de negócios correrá perfeitamente dependendo dos contatos efetuados anteriormente através do secretário executivo, e também da eficiência técnica deste profissional durante e após o encerramento da viagem.

Já na perspectiva de assessoria gerencial, a comunicação em escala maior ainda determinará a eficiência do secretário executivo, na medida em que se fizer necessária perfeita sintonia (na comunicação e informação) entre executivo e assessor. Neste caso, o Secretário Executivo deve estar apto a pensar como seu executivo para planejar e desenvolver as rotinas gerenciais como se fosse ele tomando as decisões, pensando nas opções e planejando as ações da administração da empresa.

Como empreendedor o Secretário Executivo deve evidenciar sua destreza nas técnicas de comunicação, utilizando-se das reais funções da comunicação e da

correta utilização da informação passando da função de secretário articulador e assessor para empreendedor organizacional, tornando-se, assim, ainda mais responsável pelo seu próprio sucesso e pelo sucesso de sua empresa, devendo mais do que outros profissionais desenvolver as habilidades de comunicação em todas as formas e níveis: interna, externa, relacional ou interpessoal, cultural e social.

Percebe-se, portanto, que o foco da comunicação passa por várias disciplinas acadêmicas que formam o Secretário Executivo, correspondendo a uma das linhas mestras de formação do mesmo. Sem uma comunicação eficiente o êxito deste profissional fica cada vez mais distante para o Secretário Executivo.

REFERÊNCIAS

BÍSCOLI, Fabiana Regina Veloso. **A cultura organizacional nos processos de fusão**: o caso de uma universidade pública. Londrina, 2003. Dissertação (Mestrado em Administração de Negócios), Universidade Estadual de Londrina.

BÍSCOLI, Fabiana Regina Veloso; CIELO, Ivanete Daga. **Gestão Organizacional e o perfil do Secretário Executivo**. Revista Expectativa. Toledo : edunioeste, v.3, n.3, 2004, p. 07-08.

BORTOLOTTO, 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, 2005, p. 45-56.

CARVALHO, Antonio Pires de. **Manual do Secretário Executivo**. São Paulo: D' Livros Editora, 1998.

DIRETRIZES CURRICULARES. Parecer do Conselho Nacional da Educação e Câmara da Educação Superior - CES 146/2002, localizado em <http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/14602dceacthsemtd.pdf>. Acesso em abril 2006.

FRANCO, Simon. **Criando o próprio futuro**: o mercado de trabalho na era da competitividade total. São Paulo : Ática, 1998.

GIACAGLIA, M. **Organização de eventos**: teoria e prática. Porto Alegre: Pioneira Thomson Learning, 2003.

HELLER, Robert. **Como se comunicar bem**. São Paulo: Publifolha, 1998.

JOHAN, S. L. **Gestão da cultura corporativa: como as organizações de alto desempenho gerenciam sua cultura organizacional**. São Paulo: Saraiva, 2004.

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo : Summus, 2003.

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 semestre de 1999, p. 71-88.

MAGALHÃES, Adriana P. ; SOUZA, Núbia Renata de. **A atuação da Secretária nos diferentes níveis secretariais**. Monografia (Curso de Graduação Secretariado Executivo) Universidade do Vale do Paraíba – Faculdade de Ciências Sociais Aplicada, 2001.

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

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

PAES, Marilena Leite. **Arquivo: teoria e prática**. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.

PARRA FILHO, D. e SANTOS, J. A. **Metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo: Futura, 2002.

RESTREPO, J. Mariluz. **Comunicación para la dinámica organizacional**. Colombia: Signo y Pensamiento, n.º 26 (XIV) Universidad Javeriana: Facultad de Comunicación y Lenguaje, 1995, 9991-96.

REZENDE, Denis Alcides. **Desafio gerencial e estratégico dos sistemas de informação**. Disponível em <http://www.utp.br/informacao/si> . Acesso em 27 de agosto de 2002.

SERAFIM FILHO, Pedro. **Gestão do conhecimento e a motivação nas organizações**. Janeiro de 1999. Disponível em: <http://www.perspectivas.com.br>. Acesso em 18 de dezembro de 2001.

TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Transformando dados corporativos em inteligência competitiva**. Disponível em: <http://www.informal.com.br/artigos.html>. Acesso em 25 de junho de 2001.

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