



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

MARÍLIA DE SOUZA SANTOS

**A PARTICIPAÇÃO DOS ESTAGIÁRIOS DO CURSO DE
SECRETARIADO EXECUTIVO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE
SERGIPE NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO INTERNA NAS
ORGANIZAÇÕES**

São Cristóvão
2024

MARÍLIA DE SOUZA SANTOS

**A PARTICIPAÇÃO DOS ESTAGIÁRIOS DO CURSO DE
SECRETARIADO EXECUTIVO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE
SERGIPE NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO INTERNA NAS
ORGANIZAÇÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel em Secretariado Executivo**.

Orientadora: Profa. Dra. Rosimeri Ferraz Sabino

São Cristóvão
2024

MARÍLIA DE SOUZA SANTOS

**A PARTICIPAÇÃO DOS ESTAGIÁRIOS DO CURSO DE
SECRETARIADO EXECUTIVO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE
SERGIPE NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO INTERNA NAS
ORGANIZAÇÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Secretariado Executivo.

São Cristóvão, 05 de março de 2024.

Banca examinadora

Profa. Dra. Rosimeri Ferraz Sabino - Orientadora
Universidade Federal de Sergipe

Prof. Dr. Sérgio Luiz Elias de Araújo
Departamento de Ciência da Informação (DCI)
Universidade Federal de Sergipe

Profa. Ms. Nadege Ramalho de Siqueira
Departamento de Secretariado Executivo (DSE)
Universidade Federal de Sergipe

Ao meu Deus, por ter me permitido chegar até aqui.
A minha família, minha base.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço ao autor da minha vida, Deus, por ter me concedido a benção de realizar mais um de nossos sonhos.

À minha família: minha mãe Givanete, por estar comigo em todos os momentos; meu pai José Manoel, mesmo não sendo de muitas palavras sei que torce por mim; minhas irmãs Francielly e Mirelly, por todo apoio e paciência de me ouvirem falar da faculdade durante todos esses anos; minha sobrinha/afilhada, Valentina, por todo carinho e preocupação; ao meu irmão Inácio, que de longe me apoia e incentiva; ao meu avô, Manoel Modesto (*in memoriam*), com quem vivi um dos melhores momentos da minha infância e se estivesse aqui sei que estaria orgulhoso da neta dele. Vocês são alguns dos motivos que me fazem continuar.

À minha querida orientadora Profa. Dra. Rosimeri Ferraz Sabino, por todos aprendizados, por acreditar em mim e por ser uma grande referência para mim.

Agradeço também a todos os(as) professores(as) que passaram pela minha trajetória da faculdade. Cada um(a) foi essencial para o meu crescimento.

À minha madrinha Silvana e sua filha Lara, por todo apoio, incentivo, carinho e por ceder sua casa para eu dormir.

Aos meus amigos(as): Karina que entendia meu sumiço, mas estava sempre comigo; Gleiziele, por todo carinho; Verônica, por toda consideração; Luele aquela amiga que Deus me apresentou na faculdade, sempre estava comigo, me apoiando, incentivando e me mostrando o quanto eu sou capaz; e Railan, por todo apoio, incentivo e carinho. A amizade de vocês é importante para mim.

À Crislaine, Giovana, Jociellen, Kauany, Marla, Nuclessia e Sthefany, juntas formávamos o octeto do curso e compartilhamos muitos momentos especiais.

E, por último, e não menos importante, agradeço ao Adgenal, o motorista do ônibus que por algum tempo descumpriu ordens e me levou para casa.

“O Senhor é meu pastor, nada me faltará”.

Salmos 23:1.

SANTOS, Marília de Souza. **A participação dos estagiários do curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe no processo de comunicação interna nas organizações.** Orientadora: Rosimeri Ferraz Sabino. 2024. 45f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Secretariado Executivo) – Departamento de Secretariado Executivo, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2024.

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar a participação dos estagiários do curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe no processo de comunicação interna, em seu ambiente de atuação. Como etapas da investigação procurou-se verificar os aspectos que repercutem na qualidade da comunicação interna nas empresas; identificar a percepção dos estagiários de Secretariado Executivo da UFS sobre a comunicação interna nas organizações em que atuam; e analisar o papel dos estagiários de Secretariado Executivo da UFS na comunicação interna das organizações em que atuam. A pesquisa classifica-se como exploratória descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa. Para a coleta de dados foi utilizado um questionário com quinze perguntas fechadas, aplicado por *e-mail*, *WhatsApp* e em sala de aula aos discentes do curso de Secretariado que estagiavam no período da pesquisa. Obteve-se 33 respondentes. As análises sobre os resultados apontam que a comunicação interna nas empresas é satisfatória, porém as equipes não se sentem motivadas. Obteve-se também que os estagiários em Secretariado contribuem para o avanço nas organizações e, mesmo assim, nem sempre são reconhecidos.

Palavras-chave: Comunicação. Comunicação interna. Estágio. Secretariado.

SANTOS, Marília de Souza. **The participation of the interns of the Executive Secretariat course of the Federal University of Sergipe in the internal communication process in organizations.** Advisor: Rosimeri Ferraz Sabino. 2024. 45f. Monograph (Bachelor in Executive Secretariat) – Federal University of Sergipe, São Cristóvão, 2024.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the participation of interns of the Executive Secretariat course of the Federal University of Sergipe in the process of internal communication in their environment. As stages of the investigation, we sought to verify the aspects that have an impact on the quality of internal communication in companies; identify the perception of UFS Executive Secretariat interns about internal communication in the organizations in which they operate; and analyze the role of UFS Executive Secretariat interns in the internal communication of the organizations in which they operate. The research is classified as descriptive exploratory, with a qualitative and quantitative approach. For data collection was used a questionnaire with fifteen closed questions, applied by e-mail, WhatsApp and in the classroom to students of the Secretariat course who interned during the research period. We obtained 33 respondents. The analysis of the results shows that internal communication in companies is satisfactory, but the teams do not feel motivated. It was also obtained that interns in Secretariat contribute to the advancement in organizations and, even so, are not always recognized.

Keywords: Communication. Internal communication. Internship. Secretariat.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Faixa etária dos(as) respondentes.....	23
Gráfico 2	Oportunidade de opinar nas tarefas da empresa	25
Gráfico 3	Motivação da equipe.....	26
Gráfico 4	Falta de comunicação interna prejudica a qualidade do trabalho realizado.....	27
Gráfico 5	Informação necessária para a realização do seu trabalho	27
Gráfico 6	Considera-se um bom comunicador.....	28
Gráfico 7	Reconhecimento dos estagiários em Secretariado pela contribuição da empresa	29
Gráfico 8	Participação do secretário na comunicação interna da empresa contribui para o sucesso organizacional.....	30
Gráfico 9	Auxílio do estagiário para uma comunicação interna de boa qualidade na empresa.....	31
Gráfico 10	Contribuição das experiências do estágio para atuação do estagiário como agente facilitador da comunicação interna.....	32

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1	COMUNICAÇÃO NAS EMPRESAS	16
2.2	COMUNICAÇÃO INTERNA NA ATUAÇÃO SECRETARIAL	18
3	METODOLOGIA	20
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	23
4.1	PERFIL DOS RESPONDENTES.....	23
4.2	COMUNICAÇÃO INTERNA NAS EMPRESAS.....	24
4.3	SECRETARIADO NA COMUNICAÇÃO INTERNA.....	28
4.4	ESTAGIÁRIO NA COMUNICAÇÃO INTERNA.....	31
5	CONCLUSÃO	33
	REFERÊNCIAS	35
	APÊNDICE	39

1 INTRODUÇÃO

O objetivo desse trabalho foi analisar a participação dos estagiários do curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe no processo de comunicação interna em seu ambiente de atuação, buscando-se responder como esse público pode contribuir para que a comunicação ocorra de maneira eficaz. As etapas desenvolvidas na investigação foram: verificar os aspectos que repercutem na qualidade da comunicação interna nas empresas; identificar a percepção dos estagiários sobre a comunicação interna nas organizações em que atuam; e analisar o papel dos estagiários na comunicação interna de suas organizações. A escolha do tema ocorreu a partir das reflexões promovidas na disciplina de Português Instrumental e Produção e Recepção de texto, que abordou o tema comunicação, explorando a sua influência sobre as pessoas e empresas, bem como as vantagens e desvantagens geradas pelo bom ou mal-uso dela em qualquer ambiente.

A comunicação surgiu pela necessidade do homem em interagir com o próximo. Os primeiros sinais de comunicação na humanidade ocorreram por meio de imagens e símbolos desenhados nas paredes de cavernas, indicando as ações a serem feitas ou já realizadas. Com a evolução do indivíduo junto à sociedade, as formas e meios de comunicação se expandiram.

No dicionário Escolar da Academia Brasileira de Letras (2011, p. 333), a palavra comunicação é definida como: “1- ato ou efeito de se comunicar; de transmitir e receber mensagens[...]. 3 - capacidade de dialogar, de entendimento recíproco [...]” (Bechara, 2011, p. 333). A comunicação é importante, inclusive, para a formação da cidadania. Entretanto, para que haja uma boa comunicação, é preciso ter clareza e objetividade, assim haverá um bom entendimento de quem recebe a mensagem. Como abordou Prestes, *et al.* (2020), a comunicação precisa ser perfeita para que a mensagem chegue aos receptores de forma clara, evitando ruídos e distorções.

Para Borges (2022), a comunicação existe para estabelecer conexões entre as pessoas, por meio da forma de pensar, agir e sentir. No entanto, para que essas informações cheguem a outra pessoa sem implicações, ela precisa passar por um procedimento que pode ser definido como: a) Emissor: que envia a mensagem; b) Receptor: quem recebe a mensagem; c) Canal: por onde a mensagem é transmitida.

Esses passos são fundamentais para que a mensagem circule, levando as informações a quem a necessita, e de forma clara para um bom entendimento. É necessário escolher o melhor canal para esse repasse, obtendo a certeza que quando chegar ao receptor, a mensagem seja traduzida da forma correta. Além disso, é importante estabelecer como ela será transmitida, podendo ser classificada como:

- a) Verbal: apresentado pela fala e escrita;
- b) Não verbal: representado por imagens, símbolos e sinais;
- c) Verbal e não verbal: quando existe escrita e imagens ao mesmo tempo.

Segundo Campelo (2021), todos os tipos de linguagens são de suma importância, porém cada uma tem o seu momento e requer cuidado ao ser usada. Enquanto uma mensagem necessita apenas da linguagem verbal para ser transmitida adequadamente, outra pode depender da associação a uma linguagem não verbal. Isso impõe uma apresentação cuidadosas, pois determinados gestos podem se apresentar inoportunos ou ofensivos.

As atividades de comunicação devem ser gerenciadas de acordo com a filosofia e a política institucional. Também é necessário considerar a responsabilidade social, o lucro, as demandas do público, o público estratégico, a opinião pública e a sociedade. Desse modo, a fragmentação da comunicação é apoiada de acordo com os princípios que regem as organizações (Kunsch, 2020).

O mundo corporativo está exigindo cada vez mais de seus profissionais, e a comunicação é um dos principais requisitos, pois a sua eficácia facilita o dia-a-dia dos trabalhadores, auxiliando no desenvolvimento das atividades. Quando se trata de qualificação, enfatiza-se a necessidade de bons relacionamentos, domínio para falar em público e habilidade em resolver conflitos. Para isso, a comunicação torna-se uma competência fundamental, envolvendo o cotidiano do trabalho do secretário.

Segundo Sabino e Rocha (2004), com a evolução do mundo moderno, os gestores buscam maneiras de se manter as suas organizações competitivas, buscando profissionais capacitados, informados e com conhecimentos que agreguem aos resultados dos negócios. Dessa forma, os profissionais que atenderem às demandas das empresas estarão contribuindo com não só com ela, como, também, com a construção da própria carreira.

No caso da profissão de secretário executivo, o escopo de suas atividades vem se ampliando de acordo com avanço da sociedade. As mudanças começaram quando as mulheres passaram a ocupar essa profissão, sendo que no passado era exercida apenas por homens, nas figuras de escribas ou monges (Sabino, Rocha, 2004). Contudo, não foi só no gênero que a profissão se alterou. Os métodos para o trabalho e as qualificações também se modificaram, fazendo com que os profissionais se mantenham em permanente atualização para atender as expectativas do mercado de trabalho. De acordo com Sabino (2017), para se profissionalizar, não basta apenas aprender as técnicas da profissão, mas, também, observar o que a sociedade e o mercado de trabalho estão demandando em relação ao modo de atuar das organizações.

O secretário é considerado polivalente em suas atribuições e a comunicação é umas das mais relevantes ferramentas para a sua carreira. A comunicação vem se tornando um diferencial competitivo e estratégico para as organizações. Com isso, o profissional precisa estar atento às mudanças da sociedade e do mercado de trabalho e, buscar experiências inovadoras, estando preparado para atender e solucionar o que as organizações demandam (Sabino, Rocha, 2004). Essas estratégias contribuem para uma boa relação dos colaboradores na execução de suas funções e no alcance das metas necessárias para o sucesso no ambiente de trabalho. Dessa maneira, torna-se pertinente abordar o processo da comunicação interna no âmbito do Secretariado.

A falta de comunicação interna eficiente nas organizações brasileiras resulta em diversos problemas. Segundo Silva e Bittar (2022), o uso incorreto dessa ferramenta reflete na falta de incentivo e interesse dos colaboradores em realizarem suas tarefas, prejudicando as empresas. Segundo os dados da “6ª Edição da Pesquisa de Tendências em Comunicação Interna”, realizada por Nassar *et al* (2022), 70% das empresas têm dificuldades em conduzir a comunicação interna. Os problemas estão relacionados à participação dos líderes como comunicadores, ao planejamento, aos meios para repasse de informações, ao comodismo em não inovar, entre outras razões. Além disso, os colaboradores também apontam que a insuficiência da comunicação no ambiente de trabalho repercute no desempenho deles e das organizações.

Na pesquisa de Nascimento *et al* (2018) sobre o profissional de Secretariado e a comunicação interna hospitalar: atuação por meio da assessoria, foi constatado que cerca de 90% dos trabalhadores consideram acontecer falhas na comunicação interna. Desse modo, presume-se que não basta que ocorra a comunicação, ela precisa ser de ótima qualidade para trazer bons resultados à empresa. Segundo o estudo de Morais (2021) sobre a influência da comunicação interna na comunicação dos colaboradores, foi averiguado que 1,6% dos colaboradores apontam a comunicação como satisfatória, mas não estão motivados, e 13% dos colaboradores indicam que a comunicação não é satisfatória, porém estão motivados, isto é, o oposto. O referido estudo ainda aponta que 96% dos colaboradores relaciona a comunicação interna como algo que influencia no desempenho e na motivação.

As empresas buscam sempre maneiras de estarem à frente no mercado. Para isso, a comunicação interna pode ser considerada uma estratégia fundamental. O uso correto desse instrumento auxilia em bons resultados dos colaboradores da empresa, pois promove motivação e estímulo na execução de suas tarefas. Assim, a produtividade se expande, resultando em maior visibilidade para a instituição. (Nascimento *et al*, 2018).

Segundo Monteiro, Kuhl e Angnes (2021), a comunicação interna é o início do processo de realizações no ambiente de trabalho. Para que a aplicação e desenvolvimento da comunicação seja relevante é preciso haver uma colaboração de todas as partes envolvidas, resultando no bom desempenho das atividades. De acordo com os autores Silva e Bittar (2022, p. 195), "[...] a comunicação está presente em todos os âmbitos da vida, seja pessoal, profissional ou social".

Diante disso, evidencia-se a relevância de pesquisas sobre o tema, já que a comunicação é parte indispensável para a vida cotidiana em qualquer campo. Na sociedade, o valor da comunicação é significativo, proporcionando, inclusive, debates que podem levar a mudanças sociais. Como parte dessa sociedade, as organizações também podem usufruir dos benefícios que a comunicação pode trazer para as relações em âmbito interno. Para o campo de Secretariado, a presente pesquisa poderá indicar aspectos da comunicação interna que repercutem no cotidiano e desempenho secretarial. Já para a academia, a pesquisa poderá subsidiar futuras investigações sobre implicações do processo comunicacional nos resultados das organizações dos variados segmentos.

O estudo é apresentado, a partir desta introdução, com as seguintes seções: na seção dois é apresentado o referencial teórico, abordando a comunicação nas organizações e a comunicação interna na atuação secretarial; na seção três é explanada a metodologia; logo após, na seção quatro, são expostas as análises e discussões dos dados obtidos. E, por fim, na quinta seção, apresenta-se a conclusão do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção é apresentada a fundamentação teórica que servirá de fundamento para a elaboração da pesquisa, abordando: a comunicação nas empresas e a comunicação interna na atuação secretarial.

2.1 COMUNICAÇÃO NAS EMPRESAS

A comunicação interna pode ser definida como um conjunto de métodos utilizado no compartilhamento de conhecimentos, portanto quando bem empregada, essa ferramenta gera positividade nas empresas, impedindo prováveis desacordos entre ideias distintas (Botechia; Higashi, 2021). Segundo Neiva (2018), a comunicação tem a capacidade de mudar a maneira de agir e pensar das pessoas. A sua aplicação na organização é capaz de transformar o trabalho de acordo com as metas definidas.

A comunicação interna agrega o estímulo dos colaboradores dentro da organização, por meio da fala, compartilhamento de ideias, conhecimentos e envolvimento de todas as áreas. Essa comunicação visa objetivos bem elaborados, de forma a permitir todo diálogo entre a organização e seus colaboradores, utilizando métodos e técnicas da comunicação institucional e também de marketing. Por meio dos canais da comunicação integrada é possível desenvolver, definir estratégias e ações dirigidas principalmente a todo público interno, sendo tudo isso elaborado e investigado antes de ser aplicado, possibilitando mais eficiência e eficácia (Kunsch, 2020).

Para Félix (2020), os procedimentos da comunicação direcionada à parte interna revigora o trabalho em equipe, resultando na visibilidade positiva da sociedade e usuários. Além disso, a boa comunicação influenciará em toda a parte da organização, contribuindo para um ambiente agradável, que auxiliará na eficácia de uma boa produção.

As práticas da comunicação devem resultar da preparação estratégica, baseada em investigação de local e entendimento sobre base organizacional. Na medida em que o processo comunicacional é bem encaminhado, a comunicação torna-se uma técnica fundamental para ser aplicada. Como tal, ela aumenta o

prestígio da organização, auxiliando-as a atingir seus objetivos, agregando valores, trazendo visibilidade para realização de seus ideais na visão dos princípios morais (Kunsch, 2020).

De acordo com Félix (2020), a comunicação interna também pode ser tratada como estímulo para valorização da cultura empresarial, promovendo diálogos com o intuito de incentivar as metas de produção. Para isso, um bom desenvolvimento de métodos em diversos setores e elevações devem ser presentes nas empresas. Duarte (2020) menciona que a estratégia é definida como atribuições da comunicação, referente ao desenvolvimento do olhar comprometido das metas nas organizações. Com ela é possível solucionar os mais diversos problemas de forma definitiva, agregando avanços no cotidiano organizacional.

Segundo Félix (2020), os procedimentos da comunicação acarretam na união do público interno, na cultura e na impressão causada pela empresa. Com isso, se torna possível conquistar a parte externa, por meio da boa assistência prestada a esse público. Assim as atribuições da comunicação interna são:

- a) estabelecer e manter o processo formal de comunicação, trazendo prestígio para o produto e empresa;
- b) expandir a conscientização, envolver a equipe por meio de eventos, com requisitos prioritários para a operação de um bom trabalho da gestão administrativa;
- c) ajudar a fortalecer a cultura da empresa composta de valores e diretrizes para atingir o compromisso da empresa;
- d) entender e ajudar a precisão da parte interna em termo de suas necessidades de comunicação, auxiliando na estruturação da execução do desempenho;
- e) cooperar para um bom clima organizacional;
- f) observar cada funcionário para que se sintam valorizados e comunicados dentro da organização.

Para que se tenha uma equipe coerente, a finalidade e propósito da empresa precisa ser passada da melhor forma, visando não deixar dúvidas sobre o que será feito. Da mesma forma, é necessário que cada integrante seja respeitado para que ele possa oferecer excelência à clientela e contribuir com metas estratégicas da empresa.

2.2 COMUNICAÇÃO INTERNA NA ATUAÇÃO SECRETARIAL

O Secretariado foi reconhecido como profissão pela Lei nº 7.377, de 30 de setembro de 1985, alterada pela Lei nº 9.261, de 10 de janeiro de 1996. Para a qualificação desse profissional a legislação menciona que estará apto para atuar como secretário:

- a) o profissional diplomado no Brasil por curso superior de Secretariado, legalmente reconhecido, ou diplomado no exterior por curso superior de Secretariado, cujo diploma seja revalidado na forma da lei;
- b) portador de qualquer diploma de nível superior que, na data de início da vigência desta Lei, houver comprovado, através de declarações de empregadores, o exercício efetivo, durante pelo menos trinta e seis meses, das atribuições mencionadas no art. 4º desta Lei (Brasil, 1996).

A atuação dos secretários é fundamental para as empresas, sendo atribuído a ele a responsabilidade em fazer a relação entre setores da organização e entre esses e a comunidade externa. Para que isso seja possível, é necessária a aplicação das técnicas de comunicação, aprimorando a eficácia das tarefas na empresa (Nascimento *et al*, 2018). A atenção sobre a comunicação no contexto secretarial é também mencionada no Código de Ética do profissional, publicado no Diário Oficial da União de 7 de julho de 1989:

- d) **que eles devem operacionalizar e canalizar adequadamente o processo de comunicação com o público.** Também no capítulo VI das relações com a empresa, alíneas c) relata que o profissional de secretariado deve atuar como figura-chave no fluxo de informações desenvolvendo e mantendo de forma dinâmica e contínua os sistemas de comunicação (Brasil, 1989) (grifos nossos).

No âmbito da qualificação em nível superior, as Diretrizes Curriculares Nacionais, oficializadas na Resolução CES/CNE 3/2005 estabelecem que:

O curso de graduação em Secretariado Executivo deve ensejar, como perfil [...] específicos de seu campo de atuação, assegurando eficaz desempenho de múltiplas funções de acordo com as especificidades de cada organização, gerenciando com sensibilidade, competência e **discrição o fluxo de informações e comunicações internas e externas.** Já no artigo 4º é mencionado que o curso de graduação em Secretariado Executivo deve possibilitar a formação profissional que revele: [...] VI – 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). (grifos nossos).

Os profissionais de Secretariado são capacitados para executar e participar das mais diversas atividades. Eles podem realizar desde tarefas simples do dia a dia até atividades complexas, podendo atuar nas mais diversas áreas como mediação de conflitos, planejamento estratégico, etc. (Schommer; Pegorini, 2021). É de

responsabilidade dos secretários o auxílio à administração e relacionamentos, removendo obstáculos que impedem o bom andamento da empresa. As suas habilidades em auxiliar as organizações no planejamento estratégico permitem que as informações passadas para os funcionários sejam transmitidas de forma clara e objetiva, contribuindo diretamente para o cumprimento positivo das metas, objetivos e planos organizacionais relacionados à liderança de pessoas e processos (Sabino; Rocha, 2004).

Ainda conforme Sabino e Rocha (2004), a comunicação causa uma boa relação entre as pessoas. Se o profissional de Secretariado tem a habilidade em se comunicar, seja de maneira oral, escrita, gestual ou visual, ele será capaz de ter uma convivência agradável com o mundo, garantindo sucesso em qualquer ação. Segundo Santos *et al* (2022), os profissionais de Secretariado podem conduzir habilmente a coordenação do trabalho entre os funcionários da organização, ação que demanda uma boa comunicação.

Observa-se, assim, que a comunicação, principalmente em âmbito interno, é a grande aliada para o desenvolvimento eficaz de uma empresa, fazendo com que ela ganhe cada vez mais espaço e visibilidade na competitividade no mundo dos negócios. Nesse contexto, o profissional de Secretariado pode atuar como agente facilitador da comunicação interna, auxiliando nos resultados organizacionais (Santos *et al*, 2022).

3 METODOLOGIA

Esta seção tem a finalidade de detalhar o método utilizado na pesquisa, abrangendo os procedimentos utilizados no decorrer do estudo. Segundo Martelli *et al* (2020), a metodologia é a maneira usada para buscar a solução do problema de uma pesquisa. Conforme Mazucato (2018, p.49), no procedimento metodológico “[...] além de indicar quais métodos e técnicas pretende-se utilizar na pesquisa, deve-se também evidenciar os motivos pelos quais os mesmos foram escolhidos em função do objeto e da questão de pesquisa [...]”. Para definição de suas etapas é necessário compreender como a investigação se caracterizará. O presente estudo classifica-se como exploratório e descritivo, uma vez que busca conhecer o tema abordado, por meio de base teórica e documental, e descrever o quadro encontrado diante do problema estabelecido e resultados obtidos.

A pesquisa exploratória permite novas descobertas em métodos, ideias e terminologias, mudando gradativamente sua forma de pensar (Martelli *et al*, 2020). Já o estudo descritivo, visa descrever os resultados, a partir do meio de análise escolhido pelo pesquisador. Marconi e Lakatos (2017), afirmam que a pesquisa exploratória:

São investigações de pesquisa empírica, cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: (1) desenvolver hipótese; (2) aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma futura pesquisa mais precisa; (3) modificar e clarificar conceitos. Empregam-se geralmente procedimentos sistemáticos, ou para a obtenção de observações empíricas ou para as análises de dados [...] (Marconi; Lakatos, 2017, p. 205).

Para Gomes e Gomes (2019), a pesquisa descritiva é a análise avaliada por meio dos acontecimentos adquiridos e coletados na pesquisa e descrito sem que haja modificações. De acordo com Nascimento e Sousa (2017, p.75), as pesquisas descritivas “[...] buscam a descrição de características de população ou fenômenos e de correlação entre variáveis. São apropriadas a levantamentos”.

No tocante às análises, a pesquisa classifica-se como qualitativa e quantitativa. Segundo Mussi *et al* (2019), a análise quantitativa atribui enfoque a dados estatísticos ou numéricos. Já a análise qualitativa se interessa pela interpretação dos resultados diante do fenômeno investigado. Nesse caso, entende-se apropriado o uso conjunto desses tipos de análise, uma vez que serão considerados os dados numéricos obtidos

pelo instrumento de pesquisa pretendido, examinando-os à luz do referencial teórico estudado (Gil, 2010). Na visão de Nascimento e Sousa (2017):

A abordagem quantitativa é uma abordagem ou método que empregam medidas padronizadas e sistemáticas as quais reúnem respostas pré-determinadas, facilitando a comparação e a análise de medidas estatísticas de dados [...]. Já o método qualitativo é baseado na interpretação dos fenômenos observados e no significado que carregam, ou no significado atribuído pelo pesquisador, dada a realidade que os fenômenos estão inseridos [...] (Nascimento; Sousa, 2017, p. 74).

O universo do estudo é o curso de Secretariado Executivo, e a amostra foram os estagiários do curso de Secretariado Executivo da UFS. A escolha dessa amostra deve-se à acessibilidade ao referido público. Para Nascimento e Sousa (2017, p. 123), a população “[...] é o conjunto de indivíduos, ou objetos a serem investigados [...]”. Amostra é uma parte de um universo [...], é a parcela da população de sujeitos selecionados segundo critérios adequados ao escopo da pesquisa”. A expectativa da amostra era de 35 respondentes, sendo obtidos 33 respondentes.

Como instrumento para a coleta de dados foi utilizado um questionário, com 15 questões fechadas, sob escala *Likert*, elaborado no *Google Forms* e distribuído aos discentes de Secretariado Executivo da UFS que estavam fazendo estágio no semestre da pesquisa. Segundo Fontana (2018, p. 74), os “[...] questionários são instrumentos de coleta de dados constituídos por uma série sistematicamente estipulada de questões que, por sua vez, devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador [...]”. Já para Nascimento e Sousa (2017):

Questionário é um instrumento de coleta de dados com perguntas a serem respondidas, por escrito, pelo sujeito pesquisado. É um meio rápido e econômico para obtenção de informações. A coleta pode ser feita sem a presença do pesquisador, com os questionários distribuídos, pessoalmente, ou por terceiros, por meio de correios, via e-mail, via página de internet (Nascimento; Sousa, 2017, p.117).

Segundo Fontana (2018, p. 75), as “[...] questões fechadas oferecem categorias diferenciadas e pré-definidas; são aquelas em que o informante escolhe sua resposta entre outras opções já estabelecidas [...]”. Esses tipos de perguntas são limitadas, e os respondentes escolhem apenas uma opção de respostas, sendo esses resultados apresentados de maneira objetiva que favorecem o estudo do investigador (Marconi, Lakatos, 2017). Para as respostas adotou-se a escala *Likert*, considerada adequada para “[...] mensurar atitudes, preferências e perspectivas” (Feijó, Vicente, Petri, 2020, p. 31), a saber: sempre, às vezes, nunca e raramente.

O questionário ficou disponível durante dez dias, no período de 13 a 22 de novembro de 2023, e foi composto por quatro blocos: o primeiro, com três perguntas, buscando identificar a idade dos respondentes, o gênero e quanto tempo no estágio; o segundo, com cinco perguntas, buscou investigar a comunicação interna nas empresas; o terceiro, com quatro perguntas, procurou verificar a atuação do Secretariado na comunicação interna; e o quarto e último bloco, com três perguntas, buscou informações sobre os estagiários na comunicação interna.

O *link* do questionário foi enviado para os discentes por *mailing* da secretaria do Departamento de Secretariado Executivo da UFS; por grupos *WhatsApp* e, também, foi aplicado em sala de aula junto aos discentes. Para esse último meio foi solicitada a permissão dos professores que lecionavam no momento da visita às salas. Os resultados obtidos são apresentados e analisados na próxima seção.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

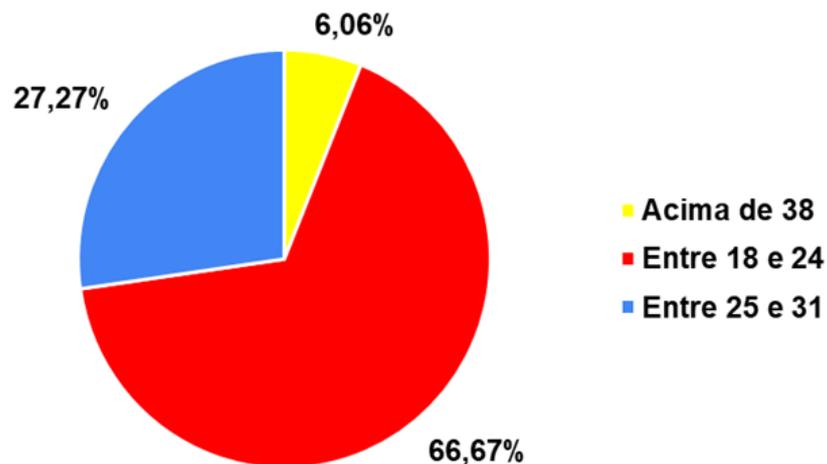
Esta seção apresenta a análise e discussão dos resultados obtidos por meio do questionário elaborado no *Google Forms* e aplicado junto aos estagiários do curso de Secretariado Executivo da UFS. O questionário foi dividido em quatro blocos de perguntas. O primeiro bloco analisava o perfil do respondente. Seguidos dos blocos que buscavam identificar a comunicação interna nas empresas, o Secretariado na comunicação interna e a participação do estagiário de Secretariado na comunicação interna.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Considerando-se que o universo da pesquisa possui um público específico, analisou-se no primeiro bloco a faixa etária, o gênero e o tempo de estágio dos respondentes.

Alcançou-se como resultado 33 respondentes, sendo 21 do gênero feminino e 12 do gênero masculino. No que diz respeito ao tempo de estágio, 28 participantes atuam no período de até um ano e apenas 5 estagiam a mais de um ano. A faixa etária dos respondentes teve maior concentração entre 18 e 24 anos, com 22 respostas; seguidas de 25 e 31 anos, com 9 participantes, e acima de 38, com 2 respostas, conforme apresentados no Gráfico 1, a seguir.

Gráfico 1 – Faixa etária dos(as) respondentes



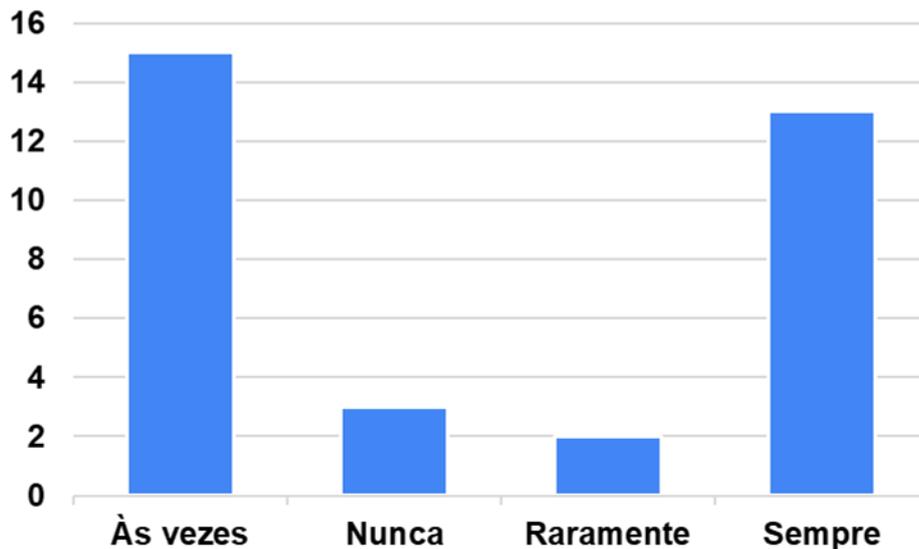
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Os dados relacionados ao perfil dos respondentes identificam que o maior público atuante dos estagiários em Secretariado é composto pelo gênero feminino, confirmando a composição feminina da profissão (Sabino, Rocha, 2004). Também se constatou que a maior parte dos respondentes está estagiando há pouco tempo, indicando que esse público ainda está sob uma experiência inicial da profissão.

4.2 COMUNICAÇÃO INTERNA NAS EMPRESAS

Com o intuito de responder aos objetivos específicos, o Bloco 2, composto por cinco perguntas buscou investigar como é a comunicação interna nas empresas em que os estagiários atuam. As estratégias e planos de ação desenvolvidos e delineados por meio da comunicação, visam a ser mais eficiente e eficaz para o público interno como um todo (Kunsch, 2020). Tendo em vista que uma boa comunicação interna agrega estímulos ao desempenho dos trabalhadores, os respondentes foram convidados a apresentar o nível de satisfação da comunicação interna em suas empresas atuantes. Do total de respondentes, 23 afirmam que a comunicação interna na empresa é satisfatória e 10 responderam que não é.

A comunicação interna interliga toda as áreas da organização. Sendo assim, a participação de todos colaboradores no desenvolvimento da empresa visa transmitir confiança e segurança tanto na parte interna, quanto na externa. Para Félix (2020), a conscientização dos públicos internos pode ser aumentada por meio da comunicação de valores e princípios organizacionais. Os mesmos tipos de comunicações com propósito institucional podem ser usados com públicos externos. Essa linguagem comunicacional deve ser utilizada em conjunto para que todos possam apoiar, buscar, opinar, fazer, modificar, entre outros, visando atingir as metas e objetivos da organização. Desse modo, a comunicação oportuniza que os colaboradores opinem nas tarefas realizadas, incentivando-os a buscar o melhor. Entre os respondentes, essa questão foi indicada sob o aspecto de que nem sempre ser dada a chance de opinar nas funções exercidas em seus trabalhos. Os resultados são expostos no Gráfico 2, a seguir.

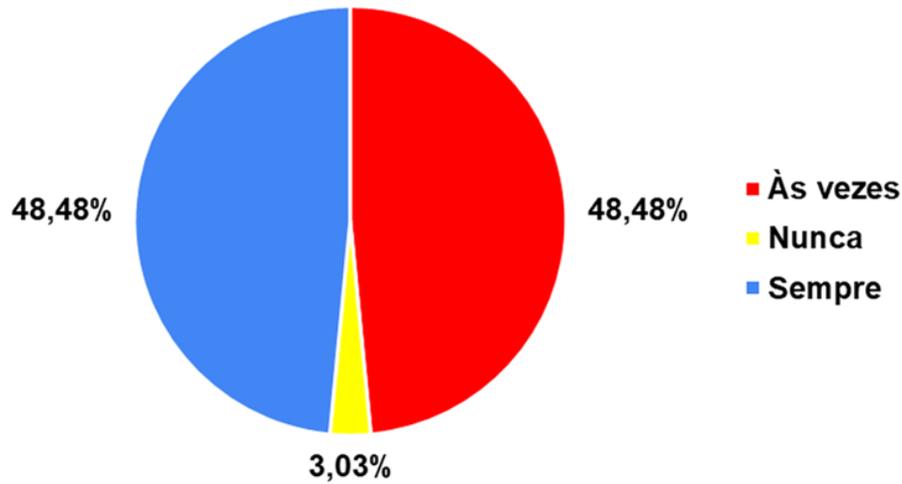
Gráfico 2 – Oportunidade de opinar nas tarefas da empresa

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Sabe-se que uma boa relação entre as equipes de trabalho auxilia na motivação e desempenho dos envolvidos, contribuindo no sucesso de tarefas. Por isso, manter todos colaboradores motivados agrega desempenho e eficácia para o alcance dos objetivos organizacionais. Neiva (2018, p. 72) acredita que:

[...] igualmente que o trabalho de valorização e dedicação aos funcionários de uma organização pode, a longo prazo, traduzir-se numa relação inquebrável entre os membros da empresa, que fortalece cada um dos intervenientes e leva a marca mais longe (Neiva, 2018, p. 72).

É necessário fazer com que o colaborador se sinta parte da empresa, compartilhando os resultados alcançados soma-se a um trabalho bem feito e com motivação para fazer a empresa crescer cada vez mais. Felix (2020), afirma que quando a cultura organizacional da organização facilita o diálogo entre os colaboradores, e os coloca por dentro de todo processo desenvolvido em seu ambiente interno, fazem eles se sentirem motivados para cumprir suas metas e atingir o objetivo esperado e alcançar uma boa produtividade. Os resultados sobre a motivação dos estagiários são apresentados no Gráfico 3, a seguir.

Gráfico 3 – Motivação da equipe

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

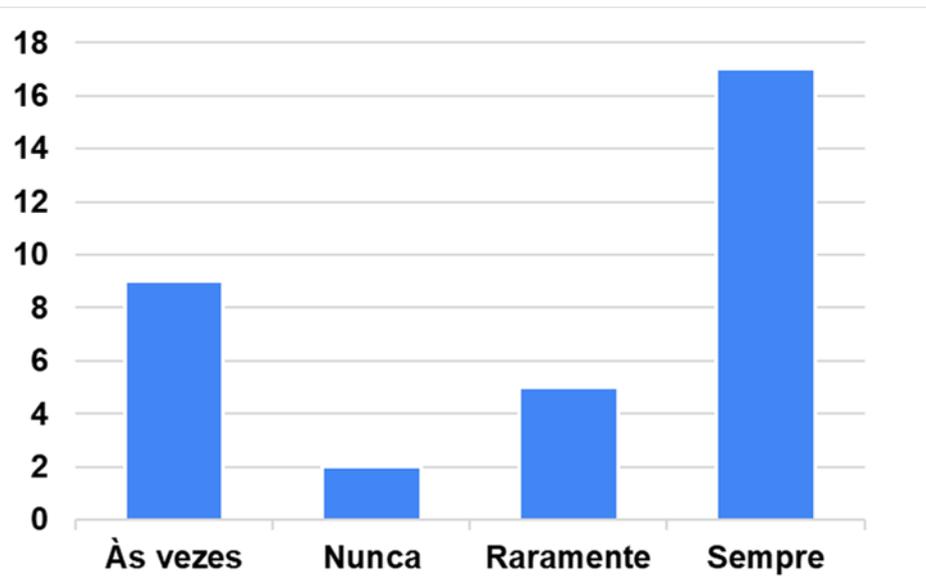
A comunicação interna é essencial para o exercício das funções secretariais. A falta dela pode prejudicar o andamento das empresas, afetando todos os setores da companhia. Para Botechia e Higashi (2021, p. 26):

Apesar de existirem muitas formas de se obter informações, nem sempre significa que estamos nos comunicando, contudo, existe uma grande diferença entre comunicação e informação. Pode-se dizer que, muitas informações são produzidas e causam impacto na vida dos colaboradores porque não são divulgadas corretamente, e outras informações sequer chegam aos verdadeiros destinatários, tudo isso pelo fato de apenas um gestor não identificar a essência comunicativa de determinada situação (Botechia; Higashi, 2021, p. 26).

Quando o colaborador sabe o que fazer, quais tarefas exercer em que setor atuar, ele se sente mais confiante no executar de suas responsabilidades. Em vista disso, a necessidade de uma conversa, apresentando as informações necessárias para o cumprir das responsabilidades dos colaboradores, remete a serviços bem feitos. Segundo Botechia e Higashi (2021), a medida em que a comunicação interna se torna a base para os resultados dos negócios, ela atua como um agente, tornando uma relação de trabalho mais humanizada, permitindo a identificação de falhas prejudiciais aos processos da empresa. Diante disso, na questão 7, os estagiários foram convidados a opinar se a falta de comunicação na empresa prejudica a qualidade do trabalho. Já questão 8, foi averiguado se eles recebem as informações

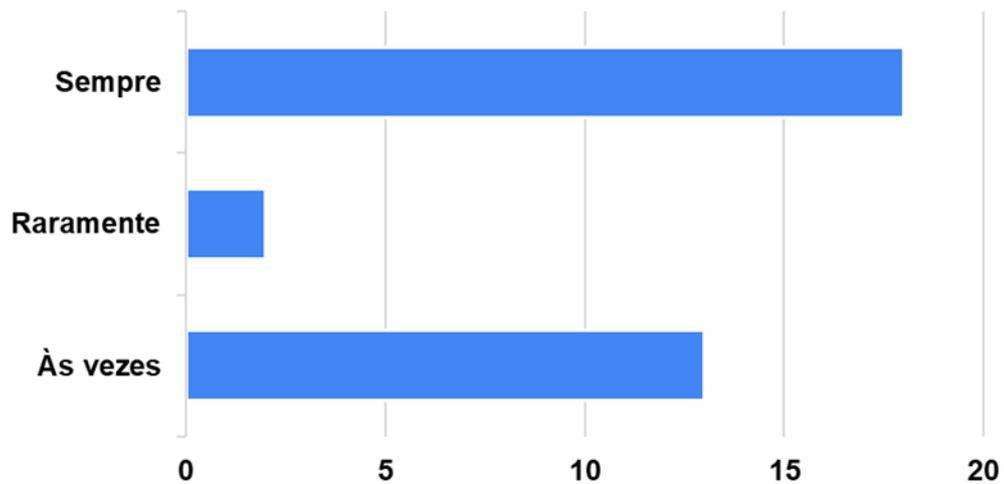
necessárias para executar suas tarefas. Os resultados estão expostos no Gráfico 4 e 5, a seguir.

Gráfico 4 – Falta de comunicação interna prejudica a qualidade do trabalho realizado



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Gráfico 5 – Informação necessária para a realização do seu trabalho

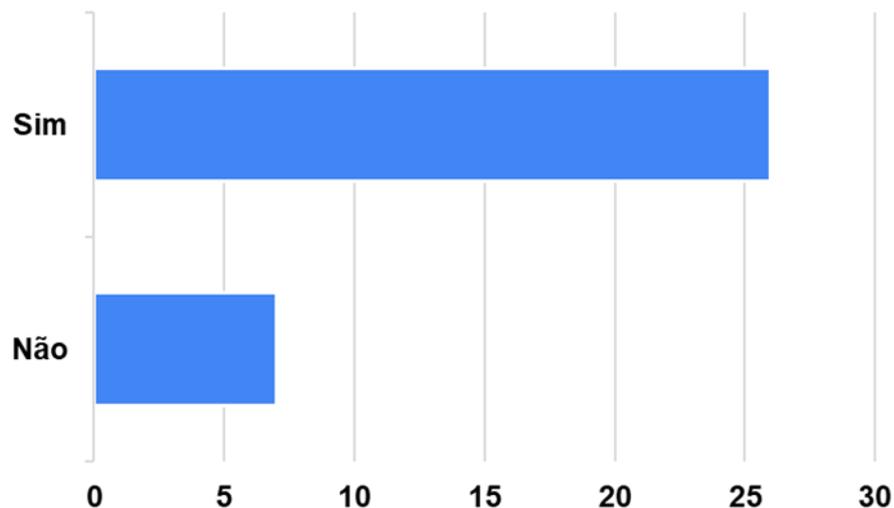


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.3 SECRETARIADO NA COMUNICAÇÃO INTERNA

O Bloco 3 do questionário visou identificar a percepção dos respondentes em relação ao Secretariado na comunicação interna nas empresas. A boa comunicação como característica profissional evita desvios ou ruídos no repasse das informações. Seja na comunicação verbal ou escrita, os detalhes apresentados podem facilitar a compreensão para um trabalho bem executado. Na presente pesquisa, a maior parte dos estagiários se consideram um bom comunicador, porém, como afirma Félix (2020, p. 159) comunicar “[...] não é simplesmente emitir, mas, sim, ter a certeza de que a compreensão foi clara, indo ao encontro dos interesses do público-alvo”. Os dados sobre a questão 9 são expostos no Gráfico 6, a seguir.

Gráfico 6 – Considera-se um bom comunicador

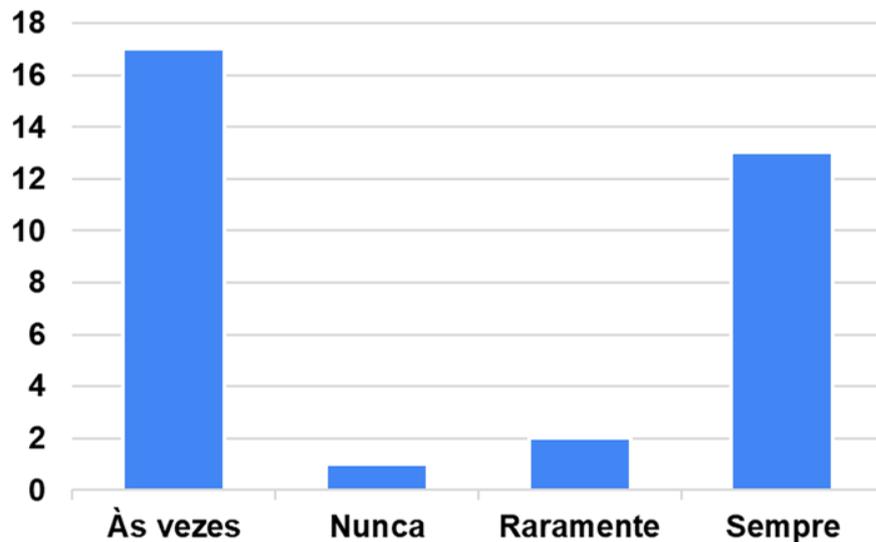


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Considera-se o secretário como braço direito da liderança na instituição e a sua atuação, utilizando a comunicação interna de forma eficiente para auxiliar e repassar toda informação necessária, contribuí para o avanço e sucesso organizacional. Como enfatizou Santos *et al* (2022), as capacidades do profissional de Secretariado contribuem para o planejamento estratégico das organizações, transmitindo de forma

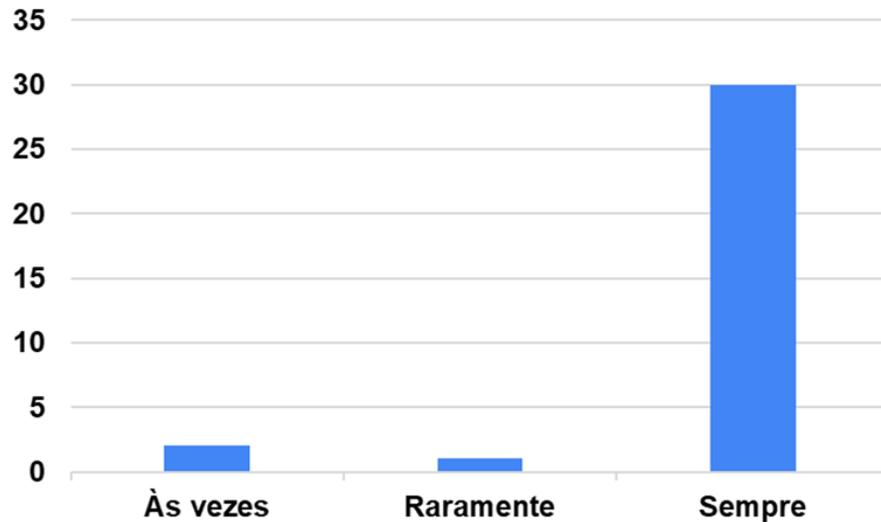
clara e objetiva todas as informações, para que os colaboradores possam direcionar o cumprimento positivo das metas planejadas da organização a todos envolvidos nos processos. Sobre isso, a maior parte dos estagiários indicaram que não recebem reconhecimento no local em que atuam, porém enfatizam que contribuem para o sucesso organizacional da empresa. Os resultados são apresentados nos Gráficos 7 e 8, a seguir.

Gráfico 7 – Reconhecimento do estagiário em Secretariado pela contribuição na empresa



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Gráfico 8 – Participação do secretário na comunicação interna da empresa contribui para o sucesso organizacional



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

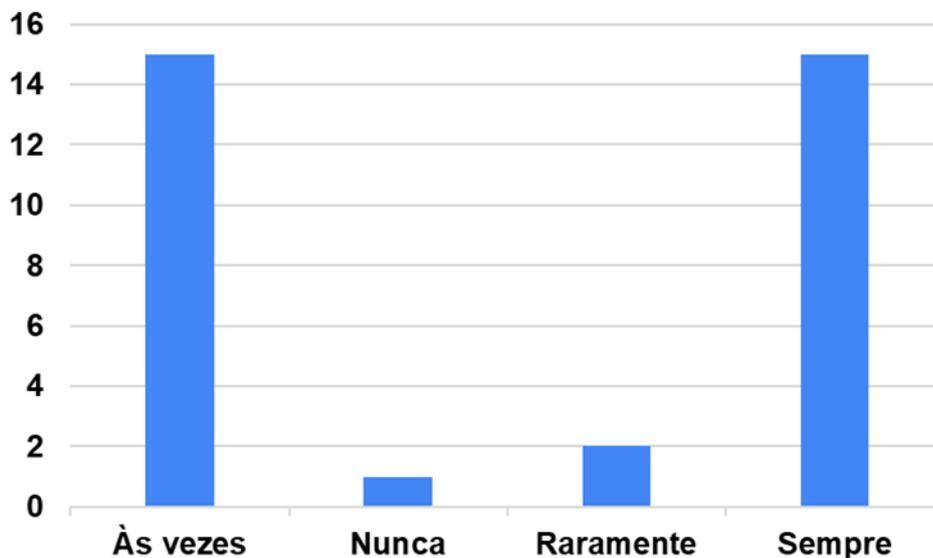
A comunicação eficaz é um sucesso duradouro, renovado todos os dias, o desempenho traz reconhecimento e excelência. Sendo assim, os profissionais precisam saber como se comunicar para que ela seja compreendida e apreciada como merece (Duarte, 2020).

Fazer uma boa carreira profissional demanda um conjunto de aprendizados, os quais são obtidos não só por estudos, mas, também, por meio das práticas, gerando habilidades e experiências necessárias para uma atuação propícia para si e para a empresa. Duarte (2020), enfatiza que a comunicação profissional garante uma melhor gestão dos processos, ter o domínio da comunicação e conhecimentos em diferentes áreas, os tornam capazes de resolver inúmeras questões. A comunicação interna envolve a criação de estabilidade pessoal e profissional, por isso, sua presença é fundamental em todas as ocasiões da vida de uma pessoa (Neiva, 2018). Sobre a experiência na comunicação para a carreira, 90,91% dos estagiários desta investigação afirmaram que consideram que a comunicação interna implica na construção de uma boa carreira. Já para 9,09% dos respondentes, essa comunicação influencia “às vezes” a construção da carreira.

4.4 ESTAGIÁRIO NA COMUNICAÇÃO INTERNA

No quarto e último bloco, composto por três perguntas, buscou-se analisar o papel dos estagiários de Secretariado Executivo da UFS na comunicação interna das organizações em que atuam. O estagiário, em sua atuação, é preparado para o mercado de trabalho, visando compreender as dinâmicas e desafios para desenvolver habilidades relevantes e se destacar em sua carreira. Diante disso, na questão 13 do instrumento de pesquisa solicitou-se que os respondentes avaliassem se, no papel de estagiário, eles consideram que auxiliam para que a comunicação interna de sua organização seja de boa qualidade. Os resultados, apresentados no Gráfico 9, a seguir, indicam que a maior parte desse público entende que a sua atuação colabora para a qualidade da comunicação interna de sua organização.

Gráfico 9 – auxílio do estagiário para uma comunicação interna de boa qualidade na empresa

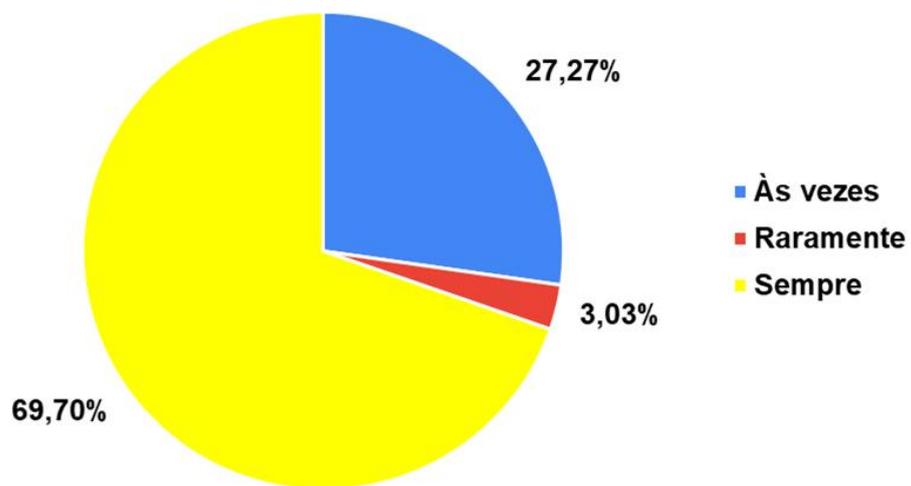


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

As experiências obtidas nos estágios é um importante conhecimento na trajetória daqueles que estão construindo uma carreira. Tais experiências permitem que os atuantes estejam preparados para agir diante de determinadas situações e alcançar resultados positivos na resolução delas. Em vista disso, na questão 14, com os resultados expostos no Gráfico 10, foi perguntado aos estagiários se eles

consideram que as experiências no estágio estão contribuindo para a sua atuação como um agente facilitador da comunicação interna. A maior parte respondeu “sempre”, e apenas nove responderam “às vezes”. Já na última afirmativa deste bloco, todos responderam que no estágio atual, a comunicação interna é importante para seu desempenho. Com isso, afirma-se a relevância da comunicação interna para a consolidação de uma carreira.

Gráfico 10 – Contribuição das experiências do estágio para atuação do estagiário como agente facilitador da comunicação interna



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

De acordo com Schommer e Pegorini (2021, p. 2) “[...] à medida que o profissional desempenha suas funções aprende, experimenta conceitos, extrai preceitos, adquire novas experiências e corrige suas ações para obter um melhor resultado no desempenho profissional”. Constata-se que o estagiário em Secretariado Executivo, além de desenvolver tarefas relacionadas a sua área de formação, também pode contribuir para o crescimento da empresa. A sua participação na equipe é fundamental, e pode trazer um diferencial para o desenvolvimento da empresa. Ele pode, ainda, ser um agente facilitador da comunicação interna dentro do ambiente, agilizando o trabalho da equipe e acumulando conhecimentos que se tornam um diferencial para sua carreira. Com isso, ele estará construindo aprendizados relevantes e significativos em qualquer ambiente.

4 CONCLUSÕES

Esse estudo buscou apresentar os principais pontos sobre a participação dos estagiários do curso de Secretariado Executivo da UFS no processo de comunicação interna. Entende-se que uma boa comunicação interna é um diferencial que favorece as empresas, mantendo-as em destaque em relação às demais. Ela também representa o avanço dentro das organizações, pois essa ferramenta propicia união entre as equipes, execução de tarefas bem-feitas, valorização da cultura empresarial, colaborando para a elevação do êxito nas partes internas e externas.

Diante disso, a pesquisa teve o seu objetivo geral atendido, demonstrando como os estagiários de referido curso, por meio da comunicação interna, podem contribuir para o crescimento e sucesso dos locais onde atuam. A sua participação no ambiente de trabalho coopera com todas as áreas da organização. Os resultados também demonstraram que a comunicação interna nas empresas é indispensável para o andamento organizacional, e a falta dela prejudica não só o ambiente interno, como também os colaboradores.

Os respondentes consideram satisfatória a comunicação interna da sua empresa, porém apenas parte das equipes se sentem motivadas para realizar suas atividades. Além do mais, as empresas nem sempre repassam as informações necessárias para seus funcionários realizarem suas atividades ou oferecem oportunidades para que eles opinem nas tarefas realizadas na empresa.

A respeito da percepção dos estagiários sobre a comunicação interna, constatou-se que esse público acredita que ela influencia na construção de uma boa carreira. Os estagiários também consideram que a sua participação contribui para o sucesso organizacional. No entanto, eles também afirmaram que nem sempre são reconhecidos por sua contribuição à empresa.

Sobre o papel dos estagiários de Secretariado Executivo da UFS na comunicação interna das organizações em que atuam, foi identificado que eles agem como agente facilitador, auxiliando para uma boa comunicação e, quando autorizado, opinando nas atividades que serão elaboradas na empresa. Além disso, eles transmitem toda informação necessária para os funcionários de uma forma que tenha o entendimento de todos, tornando as equipes mais motivadas e unidas.

Como limitações desse estudo, destacam-se as dificuldades para obtenção de respondentes. Mesmo envolvendo um grupo específico, dentro de uma instituição de ensino, o engajamento desse público para colaborar com pesquisas ainda é baixo. Também foi difícil identificar materiais, como artigos, livros, dissertações ou teses, sobre a comunicação interna aplicada especificamente ao Secretariado. Por tratar-se de um tema que envolve o cotidiano da profissão, estudos sobre ele podem contribuir para exames das ações que o Secretariado desenvolve ou pode desenvolver para a qualidade comunicacional de suas empresas.

REFERÊNCIAS

BECHARA, Evanildo Cavalcante. **Dicionário Escolar da Academia Brasileira de Letras: Língua Portuguesa**. In: BECHARA, Evanildo Cavalcante. (Org.). 3. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2011.

BÍBLIA. Bíblia Sagrada. Harpa Cristã. Tradução de João Ferreira de Almeida. 4. ed. **Edição Revista e Corrigida**. Barueri, SP: Sociedade Bíblica do Brasil, Rio de Janeiro: Casa Publicadora da Assembleia de Deus. 2009. 1560 p.

BORGES, Bruno Miguel Correia. **A importância da comunicação não verbal para o bom desempenho das organizações**. 2022. Dissertação (Mestrado em Gestão) – Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2022. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?as_ylo=2019&q=A+import%C3%A2ncia+da+linguagem+n%C3%A3overbal+nas+rela%C3%A7%C3%B5es+de+lideran%C3%A7a+nas+organiza%C3%A7%C3%B5es&hl=ptBR&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1680772653839&u=%23p%3DIMVysAn3_mQJ. Acesso em: 03 de ago. de 2023.

BOTECHIA, Jéssica Santos; HIGASHI, Roberto. A comunicação interna como ferramenta de planejamento estratégico: um estudo no alto tietê. **Refas- Revista Fatec Zona Sul**, v. 7, n. 4, p. 25-35, 2021. Disponível em: <https://www.revistarefas.com.br/RevFATECZS/article/view/490/313>. Acesso em: 07 de jul. de 2023.

BRASIL, Código de Ética do profissional de Secretariado, de 07 de julho de 1989. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1989. Disponível em: http://eticaempresarial.com.br/imagens_arquivos/artigos/File/Eticaenegocios/codetica_secretariado.pdf. Acesso em: 12 de jul. de 2023.

BRASIL, Ministério da Educação Conselho Nacional de Educação Câmara de Educação Superior. **Resolução nº 3**, de 23 de junho de 2005. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Resolução CES/CNE 3/2005, para o curso de graduação em Secretariado Executivo e dá outras providências. Brasília, 2005. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=12991> .Acesso em: 12 de jul. de 2023.

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] República Federativa do Brasil**, Brasília DF, 30 de set. de 1985. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7377.htm. Acesso em: 12 de jul. de 2020

BRASIL, Lei nº 9.261, de 10 de janeiro de 1996. Altera a redação dos incisos I e II do art. 2º, o caput do art. 3º, o inciso VI do art. 4º e o parágrafo único do art. 6º da Lei nº 7.377, de 30 de setembro de 1985. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília DF, 10 de jan. de 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9261.htm#art1. Acesso em 12 de jul. de 2023.

CAMPELO, Arandi Maciel *et al.* Comunicação verbal e não verbal: fatores que influenciam as relações entre líderes e liderados. **Revistavox Metropolitana**, n. 05,

ago/2021, p. 19-34. Disponível em:

https://scholar.google.com.br/scholar?as_ylo=2019&q=A+import%C3%A2ncia+da+linguagem+n%C3%A3overbal+nas+rela%C3%A7%C3%B5es+de+lideran%C3%A7a+nas+organiza%C3%A7%C3%B5es&hl=ptBR&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1680772586735&u=%23p%3DSKq_p2BEqdwJ. Acesso em: 03 de ago. 2023.

DUARTE, Jorge Antônio Menna. **Estratégia em Comunicação**. Brasília: Rede integrada, 2020. *In*: FELIX, Joana d'Arc Bicalho. (Org.). Comunicação estratégica e integrada. A visão de 23 renomados autores em 5 países. 1. ed. - Brasília: Rede integrada, 2020, cap. 8, p. 221-288. Disponível em:

<https://www.gestaodacomunicacao.com/livro-comunicacao-estrategica>. Acesso em: 05 de jul. de 2023.

FEIJÓ, Amanda Monteiro; VICENTE, Ernesto Rodrigues; PETRI, Sérgio Murilo. RGO - **Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 13, n. 1, p. 27-41, jan./abr. 2020. Disponível em:

<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/5112>. Acesso em 19 de dez. de 2023.

FELIX, Joana d' Arc Bicalho. **O fluir da comunicação estratégica**: Integrada e em Ambiente Online e Offline1. *In*: FELIX, Joana d'Arc Bicalho (org.). Comunicação estratégica e integrada. A visão de 23 renomados autores em 5 países. 1. ed. - Brasília: Rede integrada, 2020, cap. 6, p. 143-188. Disponível em:

<https://www.gestaodacomunicacao.com/livro-comunicacao-estrategica>. Acesso em: 05 de jul. de 2023.

FONTANA, Felipe. **Técnicas de pesquisa**. *In*: MAZUCATO, Thiago. (Org.). Metodologia da pesquisa e do trabalho científico. Penápolis: FUNEP, 2018, cap. 8, p. 59-78. Disponível em: https://faculdadefastech.com.br/fotos_upload/2022-02-16_10-06-51.pdf. Acesso em: 04 de ago. de 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, Alex Sandro; GOMES, Cláudia Roberta Araújo. **Classificação dos tipos de pesquisa em informática na Educação**, 2019. Cap.4, p. 1-33. Disponível em: https://metodologia.ceie-br.org/wp-content/uploads/2019/06/livro1_cap4.pdf. Acesso em 17 de jul. de 2023.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação organizacional integrada na perspectiva estratégica**. *In*: FELIX, Joana d'Arc Bicalho. (Org.). Comunicação estratégica e integrada. A visão de 23 renomados autores em 5 países. 1. ed. - Brasília: Rede integrada, 2020, cap. 4, p. 87-104. Disponível em:

<https://www.gestaodacomunicacao.com/livro-comunicacao-estrategica>. Acesso em: 05 de jul. de 2023.

MARTELLI, Anderson *et al.* Análise de metodologia para execução de pesquisas tecnológica/ Analysis of Methodologies for Carrying out Technological Research. **Brazilian Applied Science Review**, Curitiba, v. 4, n. 2, p. 468-477. 2020. Disponível em:

<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BASR/article/view/7974/6909>. Acesso em 17 de jul. de 2023.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed., 3. Reimp. São Paulo: Atlas, 2017.

MAZUCATO, Thiago. **O projeto de pesquisa**. In: MAZUCATO, Thiago. (Org). Metodologia da pesquisa e do trabalho científico. Penápolis: FUNEP, 2018, p. 45-51. Disponível em: https://faculadefastech.com.br/fotos_upload/2022-02-16_10-06-51.pdf. Acesso em: 04 de ago. de 2023.

MONTEIRO, Caroline; KUHL, Marcos Roberto; ANGNES, Juliene Sachser. O processo de comunicação organizacional interna: um estudo realizado em uma Associação Comercial e Empresarial do Paraná. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 26, número 1, p. 26-56, mar/2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/yhL5cnC49nFTxrFXRwNKRQv/?lang=pt>. Acesso em 19 de jun. de 2023.

MORAIS, André Moreira. **A influência da comunicação interna na motivação dos colaboradores**. 2021. Dissertação (Mestrado em Gestão Estratégica de Recursos Humanos) - Instituto Universitário da Maia – ISMAI, Maia, Portugal, 2021. Disponível em: https://repositorio.umaia.pt/bitstream/10400.24/1918/1/Andr%c3%a9%20Moreira%20Morais_34756.pdf. Acesso em: 20 de jul. de 2023.

MUSSI, Ricardo Franklin de Freitas *et al.* Pesquisa Quantitativa e/ou Qualitativa: distanciamentos, aproximações e possibilidades. **Revista SUSTINERE**, Rio de Janeiro, v. 7, n., p. 414-430, jul-dez, 2019. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/sustinere/article/view/41193>. Acesso em: 17 de jul. de 2023.

NASCIMENTO, Francisco Paulo do; SOUSA, Flávio Luís Leite. **Metodologia da pesquisa científica: teoria e prática: como elaborar TCC**. 2. ed. Fortaleza: INESP, 2017.

NASCIMENTO, Geise Gaiowski do *et al.* O profissional de secretariado na comunicação interna hospitalar: atuação por meio da assessoria. **Revista Gestão Organizacional**, v. 11, n. 3, p. 26-38, 2018. Disponível em: <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/3728>. Acesso em 20 de jun. de 2023.

NASSAR, Paulo *et al.* **Pesquisa tendência em comunicação interna 2022**. Aberje/Ação integrada. 6. ed. 50 p. 2022. Disponível em: https://www.aberje.com.br/wpcontent/uploads/2022/03/TendenciasCI2022_AcaoIntegradaAberje.pdf. Acesso em 18 de jun. de 2023.

NEIVA, Filipa. Comunicação das Organizações: Um olhar sobre a importância da Comunicação Interna. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 33, p. 61-74, Lisboa, 2018. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_33_4/4911. Acesso em: 06 de jul. de 2023.

PRESTES, Caroline Stelle *et al.* Secretariado Executivo: inteligência emocional e comunicação assertiva. **Anais**. Jornada Científica dos Campos Gerais, v. 18, n. 1, p. 1-4, 2020. Disponível em: <https://www.iessa.edu.br/revista/index.php/jornada/article/view/1835>. Acesso em: 29 de jul. de 2023.

SABINO, Rosimeri Ferraz. **A configuração da profissão de secretário em Sergipe: educação, atuação e organização da área (1975-2010)**. 2017. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2017. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/4598>. Acesso em: 03 de ago. de 2023.

SABINO, Rosimeri Ferraz; ROCHA, Fabio Gomes. **Secretariado: do escriba ao webwriter**. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.

SANTOS, Adelcio Machado dos, et al. O secretariado executivo no âmbito da gestão organizacional: visão atual. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.8, n.2. fev, p. 15009-15023, 2022. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/44581>. Acesso em 12 de jul. de 2023.

SCHOMMER, Leliana; PERGONI, Diana Gurgel. Evolução da profissão secretarial: estado da arte no período de 2012 a 2018. **Revista Ciência da Sabedoria**, v.2, n.2, p. 1-21, 2021. Disponível em: <https://revista.faciencia.com.br/index.php/rcs/article/view/43/40>. Acesso em: 06 de jul. de 2023.

SILVA, Juliana Cristina Dias; BITTAR, Liene Cunha Vianna. Reflexões teóricas acerca da importância da assertividade para a comunicação interna das organizações. **Revista EduFatec: educação, tecnologia e gestão**, v.2, n.5, p.194-211, ago/dez. 2022. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/12149>. Acesso em: 20 de jun. de 2023.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa intitulada “A participação dos estagiários do curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe (UFS) no processo de comunicação interna”, conduzida por Marília de Souza Santos, acadêmica de Secretariado Executivo da UFS, do 8º semestre, que está desenvolvendo o seu Trabalho de Conclusão de Curso, sob orientação da professora Dra. Rosimeri Ferraz Sabino. O estudo tem como objetivo analisar a participação dos estagiários do curso de Secretariado Executivo da UFS no processo de comunicação interna, em seu ambiente de atuação.

Você foi selecionado(a) por compor o grupo de discentes que está fazendo estágio no semestre em curso. A sua participação não é obrigatória, não oferece riscos e não implicará em nenhum gasto de sua parte, consistindo em respostas as perguntas do questionário apresentado a seguir, disponibilizado em link do Google Meet. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. A sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo a você.

Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados em nível individual, visando assegurar o sigilo de sua participação. A pesquisadora responsável se compromete a tornar públicos nos meios acadêmicos e científicos os resultados obtidos de forma consolidada sem qualquer identificação de indivíduos ou instituições participantes.

Caso você aceite participar desta pesquisa, ao responder este questionário, você concorda com a seguinte afirmação: “Eu estou ciente das informações descritas acima, concordo em participar da pesquisa e entendo que as informações cedidas por

mim são confidenciais, autorizando a sua divulgação no meio científico e acadêmico de forma anônima e global, tendo a minha identidade totalmente preservada. Estou ciente de que sou voluntário(a) e, portanto, não receberei nenhum benefício por participar desta pesquisa, bem como não terei bônus algum”.

Caso não se sinta esclarecido(a), você pode procurar o pesquisador responsável, por meio do endereço eletrônico: marisouza2722@gmail.com.

São Cristóvão, ____ de _____ de ____.

BLOCO I – PERFIL DO(A) RESPONDENTE

1- Qual sua faixa etária?

Entre 18 e 24

Entre 25 e 31

Entre 32 e 37

Acima de 38

2- Qual o seu gênero?

Masculino

Feminino

Outros

3- Quanto tempo faz estágio?

Até de 1 ano

Acima de 1 ano

BLOCO 2 – COMUNICAÇÃO INTERNA NAS EMPRESAS

4- A comunicação interna existente na empresa é satisfatória?

Sim

Não

5- A sua organização oportuniza que você opine sobre as tarefas desenvolvidas?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca
- Raramente

6- Você considera que a sua equipe se sente motivada para o exercício das suas funções?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca
- Raramente

7- A falta de comunicação interna prejudica a qualidade do trabalho realizado na organização?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca
- Raramente

8- Você recebe toda informação necessária para a realização do seu trabalho?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca
- Raramente

BLOCO 3 – SECRETARIADO NA COMUNICAÇÃO INTERNA

9- Você se considera um(a) bom(a) comunicador(a)?

- Sim
- Não

10- Como estagiário(a) em Secretariado Executivo, você considera que é reconhecido(a) pela sua contribuição à empresa.

- Sempre
- Às vezes
- Nunca
- Raramente

11- Você considera que a comunicação interna influencia para a construção de uma boa carreira profissional?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca
- Raramente

12- Você acredita que a participação do secretário na comunicação interna da empresa contribui para o sucesso organizacional?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca
- Raramente

BLOCO 4 – ESTAGIÁRIO NA COMUNICAÇÃO INTERNA

13- No papel de estagiário(a), você considera que auxilia para que a comunicação interna de sua organização seja de boa qualidade?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca
- Raramente

14- Você considera que as suas experiências no estágio estão contribuindo para a sua atuação como um agente facilitador da comunicação interna?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca
- Raramente

15- No estágio atual, você considera que a comunicação interna é importante para seu desempenho?

- Sim
- Não