



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS  
CURSO SECRETARIADO EXECUTIVO**

LARISSA RODRIGUES BEZERRA  
RAYSSA PALOMA DE SOUSA LIMA

**A análise das habilidades do profissional de Secretariado Executivo  
na gestão das mídias sociais**

**RECIFE - PE  
2023**

**LARISSA RODRIGUES BEZERRA  
RAYSSA PALOMA DE SOUSA LIMA**

**A análise das habilidades do profissional de Secretariado Executivo na gestão das mídias sociais**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Secretariado Executivo, pela Universidade Federal de Pernambuco.

Orientadora: Taciana de Barros Jerônimo

Recife - PE  
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Bezerra, Larissa Rodrigues.

A análise das habilidades do profissional de Secretariado Executivo na  
gestão das mídias sociais / Larissa Rodrigues Bezerra, Rayssa Paloma de Souza  
Lima. - Recife, 2023.

33p., tab.

Orientador(a): Taciana de Barros Jerônimo

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de  
Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Secretariado Executivo -  
Bacharelado, 2023.

7,00.

Inclui referências, anexos.

1. Secretariado Executivo. 2. Mídias Sociais. 3. Habilidade Secretarial. 4.  
Marketing. I. Lima, Rayssa Paloma de Souza. II. Jerônimo, Taciana de Barros.  
(Orientação). III. Título.

020 CDD (22.ed.)

LARISSA RODRIGUES BEZERRA  
RAYSSA PALOMA DE SOUSA LIMA

**A análise das habilidades do profissional de Secretariado Executivo na gestão das mídias sociais**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Secretariado Executivo, pela Universidade Federal de Pernambuco.

Orientadora: Taciana de Barros Jerônimo

Aprovado em: 27 de Junho de 2023.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>. Dr. Taciana de Barros Jerônimo (Orientadora)

Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof<sup>o</sup> Dr. José Ricardo Costa De Mendonça

Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof<sup>a</sup>. Dr. Magda Vanessa Souza da Silva

Universidade Federal de Pernambuco

## RESUMO

A gestão das mídias sociais tem causado grandes transformações nas organizações, devido ao mercado que está cada vez mais presente no mundo digital e por isso buscam profissionais que possuam habilidades necessárias para atuar nesta área. Habilidades essas que fazem parte do perfil do profissional de Secretariado Executivo. Por isso, o objetivo do trabalho é analisar como as habilidades do profissional de secretariado são utilizadas no gerenciamento das mídias sociais. Em termos metodológicos, a pesquisa possui abordagem exploratória e qualitativa, os dados serão obtidos através de um questionário aplicado a um número de 22 profissionais de secretariado executivo. A relevância desse trabalho decorre do pequeno volume de pesquisas sobre o tema na área de Secretariado e da necessidade de disseminar esse campo de atuação para os profissionais, visando consolidar mais uma área de atuação no mercado de trabalho, assim como desmistificar a atuação do profissional de secretariado em áreas como marketing e comunicação.

**Palavras-chave:** Secretariado Executivo; Mídias sociais; Habilidade Secretarial; Marketing;

## 1 INTRODUÇÃO

O uso das mídias sociais cresce de forma expoente, as últimas estatísticas mostram que existem 4,59 bilhões de usuários ou 57,5% da população mundial no ano de 2022 (STATISTA, 2022).

As mídias sociais promoveram mudanças na forma como a informação é acessada e compartilhada, como as pessoas e as empresas compartilham, classificam e recomendam ideias, opiniões em forma de texto, áudio e vídeo. Elas são utilizadas para as estratégias de marketing, em especial na divulgação de produtos, marcas e no marketing de relacionamento (BUSTAMANTE e BARRETO, 2013). O marketing por meio de mídias sociais requer uma abordagem de comunicação de massa e impessoal, fato que leva as empresas a repensarem suas formas de interação (KAPLAN e HAENLEIN, 2010; KILLIAN e MCMANUS, 2015), construção de relacionamentos e atuação organizacional colaborativa (HERINGER e DÓRIA, 2012, ROMANO *et al.*, 2014). Assim, o valor gerencial da mídia social é a eficácia na acessibilidade e do consumo da comunicação de uma empresa para com seu mercado consumidor. Este valor impacta no desempenho gerencial e lucrativo das organizações (GIL-OR, 2010). Para que isso ocorra, é necessário a atuação de um profissional qualificado que entenda o consumo das mídias sociais pelo mercado consumidor, bem como perceba as necessidades de comunicação de uma empresa.

O secretário executivo pode ser conceituado como o profissional atualizado e antenado ao que ocorre no ambiente empresarial (AZEVEDO e COSTA, 2000). Para Camargo (2013), exercer a profissão de secretário executivo, o profissional deve possuir habilidades e características essenciais à profissão, estas serão apresentadas no referencial teórico. Para melhor se posicionar no mercado, o profissional deve ter formação superior com técnicas secretariais, marketing, economia, línguas estrangeiras entre outras disciplinas, e especialização na área de atuação. Rauber e Rauber (2013) destacam ainda, a necessidade de o profissional conhecer “o todo”, sabendo da importância das partes dentro da organização na qual está inserido.

Neste sentido, o perfil do profissional secretário executivo é amplo e pode ser utilizado para planejar, controlar, executar e direcionar as funções de gerenciamento de mídias sociais. O profissional que atua nesta função tem o papel de fazer a interface de comunicação entre os clientes e a empresa. Criar estratégias para alcançar, monitorar, engajar o público-alvo nas redes sociais das empresas. Um estudo sobre o gerenciamento tem a importância de melhorar o hiato entre empresa e consumidor, cerca de 73% dos profissionais acreditam que seus esforços gerenciais na mídia social foram eficazes para os negócios (BUFFER, 2019). Kaplan e Haenlen (2010) afirmaram que muitas empresas, ainda, não estão preparadas para atuar no mundo digital.

Portanto, é estudar como as mídias sociais podem contribuir para melhorias nos resultados das empresas. Desse modo, esta pesquisa se justifica pelo gerenciamento de mídias sociais pelo secretariado executivo. Uma vez que há escassez de profissionais para atuar nessa função, o mesmo tempo que há a capacidade de atuação do secretário executivo em moldar suas habilidades de planejamento, organização, direção e controle. Por esse motivo, o objetivo geral deste trabalho é analisar: **Como as habilidades do profissional de Secretariado Executivo são utilizadas na gestão das mídias sociais?**

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Gestão de mídias sociais

Antes de abordar a gestão de mídias sociais, é oportuno destacar a diferença entre mídia social e rede social. Segundo Pizeta *et.al* (2016), mídia social refere-se ao conteúdo compartilhado pelas pessoas, e rede social é a integração ou o relacionamento entre pessoas e/ou empresas.

A rede virtual tem o poder de unir indivíduos com características, necessidades, hábitos e gostos em comum. O valor das mídias sociais para as organizações, está na capacidade de abordar o engajamento diretamente em quem mais interessa (KECKLEY e HOFFMANN, 2010). Hacki e Lighton (2001) afirmam que o sucesso de um negócio é rede se deve à disseminação de uma plataforma de relacionamento em que não se faça uso apenas para as relações com os clientes, mas também com outros fornecedores e parceiros.

As mídias sociais têm grande poder de divulgação, e é também uma rede de comunicação capaz de envolver as pessoas e as empresas (TORRES, 2009). Neste sentido, a interação nas redes deve ser instantânea e dinâmica. Elas podem ainda gerar benefícios para a imagem da empresa e para a recomendação de clientes (HERINGER e DÓRIA, 2012); para a identificação de oportunidades de aperfeiçoamento nos produtos, para a criação de novos serviços e para otimização das estratégias de vendas (BUSTAMANTE e BARRETO, 2013).

Romano *et al.* (2014) observam que o aumento da utilização das mídias sociais digitais ocorreu com a popularização dos dispositivos, como celular e tablet. A tendência no Brasil é que as mídias sociais devam continuar em crescimento, já que os consumidores permanecem mais tempo nas mídias sociais digitais.

No campo organizacional, em obras clássicas, como *A sociedade em rede* (2000), do sociólogo espanhol Manuel Castells, apontam as redes sociais como uma das formas mais adequadas para geração de comunicação e de informação.

A empresa precisa monitorar as mídias sociais se deseja ter posicionamento da marca do produto/serviço (OKADA e SOUZA, 2011). Para isso é fundamental reconhecer as características das diferentes mídias sociais e utilizá-las de forma

adequada (KILLIAN e MCMANUS, 2015). De acordo com o site General Marketing (2021), as redes mais utilizadas pelas organizações são:

1 – **Facebook**: rede social mais popular do mundo, conta com mais de 2 bilhões de usuários ativos, sendo que mais de 130 milhões deles são brasileiros. As interações pela plataforma são muito fáceis, permitindo que o público interaja com a sua empresa por meio de comentários em postagens, mensagens privadas e curtidas;

2 – **Instagram**: é a quarta rede social mais utilizada por brasileiros, com cerca de 95 milhões de usuários no país. Foi uma das primeiras redes sociais exclusivas para acesso por meio de dispositivos móveis. Pode ser acessado em computadores desktops também, garantindo maior compatibilidade. Seu principal diferencial são os stories, que permitem diversos formatos de post, como vídeos, enquetes, perguntas e o uso de GIFs.

3 – **LinkedIn**: é a sexta rede social mais utilizada no Brasil, com 46 milhões de usuários ativos. Seu foco são os contatos profissionais. É largamente utilizado por empresas para o recrutamento de profissionais. Um de seus diferenciais é a figura das comunidades, reunindo interessados em algum tema, profissão ou mercado específico.

4 – **WhatsApp**: aplicativo de troca de mensagens instantâneas. Pode ser considerado uma rede social por possibilitar o compartilhamento de informações em grupos. Possui poderosa presença no Brasil, pois praticamente qualquer pessoa que tem um smartphone possui o aplicativo instalado. A grande agilidade permite que mensagens para conversas, orçamentos ou até mesmo vendas sejam realizadas de forma simples e rápida.

Segundo Telles (2010, p.96) “para se fazer uma campanha em qualquer rede social, é necessário planejamento estratégico e conhecimento da linguagem usada nas diferentes redes sociais e comunidades”. Romano *et al.* (2014) arrogam que nas mídias sociais as empresas não conseguem gerenciar a totalidade do conteúdo veiculado e a velocidade de engajamento e percussão das informações ou reclamações. Este último elemento, é de extrema importância já que pequenos problemas que anteriormente não eram apresentados, se tornam grandes nas

mídias sociais. Influenciando a capacidade de compra e uso de um produto/serviço aos consumidores.

Nesse contexto, Gil-Or (2010) afirma que a gestão das mídias sociais requer persistência, honestidade e transparência em tempo real. E o conteúdo postado deve ser personalizado e humanizado de acordo com o perfil dos consumidores (Heringer e Dória, 2012).

## **2.2 Função do Gestor de mídias sociais**

O estudo de Romano *et al.* (2014) destacou que as empresas brasileiras precisam aprender a gerenciar mídias sociais. O processo de gestão requer contratação de profissionais, com habilidades e conhecimentos diferentes (KAPLAN e HAENLEN, 2010).

As principais atividades da função do Gestor de mídias sociais, de acordo com o Resultado Digitais (2022), são: Planejamento de conteúdo; Criação de conteúdo; Criação de artes; Agendamento de Posts; Monitoramento do engajamento; Gestão de Relacionamento com a comunidade; e Análise de Resultados. Kelber (2009), amplia a necessidade de que os profissionais sejam capazes de criar, de desenvolver, de inovar e ter iniciativa.

Logo, precisa-se de um profissional capacitado, com habilidades e competências e de características ecléticas, multifuncionais e polivalentes, como a do secretário executivo, a fim de se evitar prejuízos à organização caso os objetivos não atinjam o público-alvo. Uma pesquisa realizada pelo LinkedIn, no ano de 2020, revelou que este profissional, teve aumento de 74% nas contratações.

De acordo com o Blog Crowd (2022) as oportunidades mais comuns para gestor de redes sociais são: (i) Contratação tradicional, via CLT- a ser contratado para trabalhar como gestor de redes sociais em emprego formal; (ii) Prestação de serviços como freelancer, via CNPJ autônomo: indivíduo empreende com seu próprio negócio em plataformas como Crowd, Workana, 99Freelas, Marfin e Creations.llc. Uma pesquisa realizada pelo site Glassdoor no ano de 2019, apontou que a média salarial de um Gestor de Redes Sociais é de R \$2.052 até R\$9.000.

Já a Associação Brasileira de Agentes Digitais (ABRADI), constatou que o salário médio, em 2018, para o cargo de gestor de redes sociais era em torno de R \$10 mil. Segundo o site Vagas.com, um coordenador de mídias sociais, recebe em média no Brasil, R\$3.071,00 e em cargo sênior a remuneração pode chegar a R \$4.862.

O gestor de mídias sociais realiza diversas funções, sendo as principais aquela relacionada à criação e compartilhamento de conteúdo nas redes sociais, é responsável por criar estratégias de marketing para as redes sociais; promover maior visibilidade e melhorar a reputação da marca do produto ou serviço; aumentar de seguidores, tráfego e assinantes; Incrementar o engajamento e conversões; promover a abertura de novos canais para o serviço ao cliente e por gerar resultados que aumentem a comunidade digital ao redor da marca. Necessitam ter o domínio técnico de ferramentas, saber analisar dados, conhecer o público-alvo da marca do produto ou serviço.

### **2.3 As habilidades de gestão do profissional de Secretariado Executivo**

As exigências de perfil para contratar um secretário estão cada vez mais rígidas, buscando profissionais dinâmicos, com comprometimento, envolvidos no trabalho, motivados, capazes de liderar, intuitivos e criativos. A formação lhe possibilita competências em análises, pesquisa, interpretação, articulação de conceitos e visão holística (NONATO JÚNIOR, 2009).

As Diretrizes Curriculares Nacionais do curso Graduação de Secretariado Executivo (BRASIL, 2005), moldam cada vez mais esse perfil generalista e interdisciplinar que deve atuar em diferentes níveis organizacionais e em diversos setores, sendo imprescindível o conhecimento das diversas áreas, como administração, marketing, contabilidade, língua portuguesa, recursos humanos, logística e línguas estrangeiras.

Todavia a formação acadêmica não é mais um diferencial, é importante possuir qualificações diversificadas, em conjunto com o capital intelectual, que é a experiência somada às habilidades, intuição, valores, cultura e potencial.

Para Houaiss (2005), habilidade significa exercício ginástico de destreza, ou seja, é quem tem disposição de espírito e de caráter, que o torna particularmente apto para resolver as situações que se lhe apresentam ou para agir de maneira apropriada aos fins a que visa. Algumas habilidades que têm sido mais desejadas por um profissional de secretariado são a assertividade, resiliência, proatividade e efetividade.

De acordo com Faria (2009), ser assertivo é ser coerente com o que deseja e saber dizer sim ou não diante das situações, é não ser agressivo ou passivo diante de uma situação. O profissional de secretariado deve, segundo Alberti e Emmons (1973), manter um comportamento assertivo em decorrência das situações de estresse e de pressão vivenciadas no seu dia a dia. A resiliência é a habilidade que o secretário tem para superar os obstáculos e as dificuldades diárias. É como chegar ao ápice da tensão e voltar à base da normalidade com conhecimentos para superar os desafios, revendo conceitos, valores e melhorando a convivência pessoal e profissional (CURY, 2008).

A capacidade de se antecipar aos acontecimentos é conhecida como proatividade. Ou seja, agente de mudança e escolhem não ser vítimas, não ser reativas, nem pôr a culpa nos outros (COVEY, 2009). E por fim, ter a efetividade é, além de fazer a coisa certa, de olho no resultado, criar caminhos para a realização da mesma tarefa (GRION, 2008).

Quanto às habilidades necessárias para a atuação do profissional de secretariado executivo, percebe-se que elas estão ligadas a postura profissional que as organizações esperam de um gestor: pensamento crítico, empreendedor, tomador de decisões, ter uma comunicação eficiente, trabalho em equipe, da orientação aos clientes, clientes, inovador e criativo, entre outras habilidades desenvolvidas na profissão. Alura (2017) descreve as habilidades necessárias do profissional de secretariado que deseja trabalhar como gestor de mídias sociais, elas estão apresentadas no Quadro 1.

**Quadro 1** - Habilidade de Secretariado necessárias para atuar como Gestor de Mídia Social

| <b>HABILIDADE</b>                             | <b>DESCRIÇÃO</b>  |
|---|---|
| Ser <i>heavy user</i> em redes sociais        | <p>Ser um usuário assíduo de redes sociais;</p> <p>O gestor das mídias sociais não apenas vai “cuidar” de algumas contas no Facebook, no Twitter e no Instagram, irá pesquisar e criar novas ideias;</p> <p>Precisa estar atento e ser proativo na sua rotina; Saber explorar as diferentes ferramentas para se comunicar, interagir e conhecer melhor os seus seguidores e o que eles desejam.</p> |
| Saber utilizar programas de edição            | Ter familiaridade com programas de edição de imagens e vídeos.  |
| Dominar a língua portuguesa                   | <p>Saber usar a norma culta da língua portuguesa para criação de legendas.</p> <p>Ter habilidade essa necessária para escrever em posts, gerenciar campanhas on-line e, principalmente, interagir com os seguidores dos perfis em nome de uma organização.</p>  |
| Ter noção de <i>marketing</i>                 | <p>Saber de estratégias de marketing desde o planejamento até a publicação do conteúdo.</p> <p>Ter a noção dos conceitos e da aplicação de cada ferramenta é essencial para interagir com os seguidores.</p>  |
| Atender e monitorar os clientes <i>online</i> | <p>Ter habilidade necessária para monitorar a satisfação ou não do cliente.</p> <p>Interagir com os consumidores que desejam ser ouvidos, com dúvidas, sugestões ou reclamações.</p>  |

|   |   |
|---|---|
| Gerar e compreender relatórios          | Saber analisar os números e monitorar se o planejamento e o conteúdo elaborados estão surtindo o efeito esperado. |
| Ser um profissional criativo e antenado | Ser criativo para se tornar o material publicado relevante e gerar engajamento.                                   |

Fonte: Adaptado de Alura (2017).

O secretário executivo deve ter conhecimento em diversas áreas, proporcionado pela característica de multidisciplinaridade do curso de graduação e pela sua vasta abrangência de suas habilidades. O Quadro 2 apresenta uma comparação das habilidades do profissional de gestão de mídias e do profissional de secretário executivo.

Quadro 2 - Quadro comparativo das habilidades do profissional de gestão de mídias sociais e do profissional secretariado executivo

| <b>GESTOR DE MÍDIAS SOCIAIS</b>        | <b>PROFISSIONAL DE SECRETARIADO EXECUTIVO</b>   |
|--|---|
| Ser <i>heavy user</i> em redes sociais | A capacidade de atualização constante.  |
| Saber utilizar programas de edição     | Capacidade de atualização constante do secretário executivo que no início de sua formação aprende a trabalhar com tecnologia da informação e vai se atualizando durante sua formação.           |
| Dominar a língua portuguesa            | O profissional de Secretariado Executivo redige documentos, revisa-os.<br><br>É imprescindível saber se comunicar de maneira correta e coerente respeitando a norma culta da língua portuguesa. |

|  |  |
|--|--|
| <p>Ter noção de <i>marketing</i></p>                 | <p>A disciplina de Marketing é ofertada na grade curricular dos cursos de graduação de Secretariado Executivo.</p>   |
| <p>Atender e monitorar os clientes <i>online</i></p> | <p>Uma das funções que o secretário mais realiza diariamente é o atendimento ao cliente tanto internos quanto externos.</p> <p>Tem capacidade de resolver as mais diversas situações de modo eficiente.</p>            |
| <p>Gerar e compreender relatórios</p>                | <p>Tem a capacidade de análise crítica, consegue compreender os resultados que a organização deseja e tem o domínio do pacote Office, com ênfase em criar planilhas que resultam em relatórios para os superiores.</p> |
| <p>Ser um profissional criativo e antenado</p>       | <p>Tem a característica de ser inovador e criativo, com aplicação de métodos e ideias novas ou renovados que aplicam no decorrer das atividades.</p>   |

Fonte: Adaptado de Alura (2017).

### **3 METODOLOGIA**

A pesquisa acadêmica é de suma importância para a sociedade, Medeiros (2009, p.30) aponta que objetiva fundamentalmente contribuir para a evolução do conhecimento humano em todos os setores, da ciência pura, ou aplicada; da matemática ou da agricultura, da tecnologia ou da literatura”.

E, a sua finalidade é descobrir respostas para questões mediante a aplicação de método científico. “Pesquisa é, portanto, um conjunto de ações, propostas para encontrar uma solução para um problema, as quais têm por base procedimentos racionais e sistemáticos” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 44).

#### **3.1 Classificação da Pesquisa**

O presente estudo ocorreu através de uma pesquisa qualitativa, exploratória e na forma de estudo de caso único. Conforme Cooper e Schindler (2010), o estudo de caso utiliza dados qualitativos coletados a partir de eventos e fatos reais com o propósito de explicar, explorar ou descrever fenômenos atuais em determinado contexto. O objetivo do trabalho é analisar como as habilidades do profissional de secretariado são utilizadas no gerenciamento das mídias sociais.

A natureza exploratória, de acordo com Gil (2007), envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e a análise de exemplos que estimulem a compreensão. Propiciando o desenvolvimento de estudos futuros, gerando conhecimento para que novas pesquisas possam ser desenvolvidas.

A abordagem é qualitativa que, segundo Gray (2012), obtém-se um panorama profundo, intenso e holístico do contexto de estudo, com o intuito de compreender fenômenos (gestão das mídias sociais) dentro dos seus contextos específicos (profissão de secretariado).

Para Denzin e Lincoln (2006), essa análise compõe-se de uma série de práticas materiais e imateriais que expõem transparência do mundo, em abordagem naturalista, ou seja, o pesquisador estuda os fenômenos em seus cenários naturais,

buscando entender e interpretar os acontecimentos e seus significados. Assim o seu objetivo, conforme Flick (2009) é explorar e desenvolver novas teorias empiricamente fundamentadas.

### **3.2 Corpus de estudo e Coleta de dados**

O corpus da pesquisa consiste em profissionais de secretariado executivo atuantes ou não na área de gerenciamento das redes sociais. Por meio da acessibilidade, foram entrevistados os estudantes de graduação do curso de secretariado executivo que estavam matriculados no último semestre no curso da Universidade Federal de Pernambuco. Tem-se em média 60 alunos matriculados. Foi realizado desta forma, para que o aluno tivesse a noção completa de todas as habilidades aprendidas ao longo do curso.

A coleta de dados ocorreu entre os meses de abril e maio de 2023. A triangulação na coleta de dados envolveu obter a mesma informação a partir de diferentes métodos (aplicação de questionário e levantamento documental). As informações advindas das diferentes fontes serviram também para corroborar, detalhar e enriquecer os dados coletados. A análise dos dados primários e secundários foi realizada pela técnica análise de conteúdo com categorização temática (Bardin, 2008).

### **3.3 Análise dos dados**

A análise dos dados ocorreu através da análise de conteúdo (Bardin, 1977). Para auxiliar a análise de dados, foi observado algumas regras sugeridas por Bardin (1977): (i) da exaustividade - “uma vez definido o campo do corpus [...] é preciso terem-se em conta todos os elementos desse corpus” (BARDIN, 1977, p. 97). Registro escritos e entrevistas por meio de questionários; (ii) da representatividade - A amostragem é rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial” (BARDIN, 1977, p. 97). No nosso caso, de 30 alunos concluintes no universo de 60 alunos; (iii) da homogeneidade - Os questionamentos das entrevistas no questionário foram as mesmas para todos os participantes; e, (iv) da pertinência - Os documentos foram adequados ao objetivo e questão de investigação da pesquisa.

Para a elaboração do questionário foi necessário entender “a unidade de significação” que em um texto analisado segundo certos critérios relativos à teoria serve de guia à leitura (Bardin, 1977, p. 105). Assim, o estabelecimento das categorias, ocorreu sempre na questão de investigação, no objetivo da pesquisa e no referencial teórico encontrado. Nesta pesquisa as categorias foram elucidadas de forma abrangente e pertinente. Respectivamente, para que permitisse a inclusão de todos os dados, e as categorias obedecem aos critérios em relação à questão de investigação, ao objetivo e à teoria encontrada no referencial teórico.

Desta forma, as categorias de dados foram definidas previamente a partir da fundamentação teórica e foram as seguintes: Ser heavy user em redes sociais, Saber utilizar programas de edição, Dominar a língua portuguesa, Ter noção de marketing, Atender e monitorar os clientes online, Gerar e compreender relatórios; Ser um profissional criativo e antenado (Alura, 2017); Saber realizar o gerenciamento de mídias sociais (Romano *et al.*, 2014).

Flick (2004), a qualidade do registro e da documentação dos dados é a base central para a avaliação da confiabilidade das possíveis interpretações do fenômeno estudado, desta forma o instrumento para a coleta de dados foi um questionário.

### **3.4 Instrumento da coleta de dados**

O instrumento de coleta de dados foi um questionário com 26 perguntas abertas e fechadas – ver Anexo 1. Foi utilizado a "Escala de Likert" com variações de 1 até 5, com as opções de respostas: 1) Discordo totalmente; 2) Discordo; 3) Indiferente (ou neutro); 4) Concordo; 5) Concordo totalmente. Para a aplicação desse questionário foi utilizado a ferramenta de edição do *Google Forms*, que permitiu a elaboração e o compartilhamento *on-line* com os sujeitos da pesquisa. O questionário foi obtido através do referencial teórico apresentado neste trabalho.

Assim, destaca-se a importância da metodologia aplicada para este estudo, como enfatiza Carvalho (1998):

“Tanto o questionário, quanto o formulário, por se constituírem de perguntas fechadas e padronizadas, são instrumentos de pesquisa mais adequados à quantificação porque são mais fáceis de codificar e tabular, propiciando

comparações com outros dados relacionados ao tema pesquisado. As perguntas devem ser ordenadas, das mais simples às mais complexas e organizadas dentro de blocos.”

#### 4 Análise dos resultados

Após a aplicação do questionário em 22 indivíduos, encontrou-se 80,6% dos entrevistados são do gênero feminino e estudantes do curso Bacharelado em secretariado executivo pela Universidade Federal de Pernambuco.

Em destaque é que 100% dos indivíduos da pesquisa conhecem e utilizam mídias sociais. Ao serem questionados com relação à atuação profissional na gestão de mídias sociais, apenas 31,8% dos entrevistados responderam positivamente, sendo assim podemos considerar que o conhecimento da atuação do secretário na profissão ainda não é comum. Entretanto, ao serem perguntados há quanto tempo atuam com a gestão de mídias sociais 54,5% dos entrevistados responderam que atuam a menos de um ano, o que nos leva a observar que por se tratar de uma nova modalidade de mercado também é uma nova oportunidade ao profissional de secretariado.

No Quadro 3 apresenta a frequência de respostas dos indivíduos quanto às habilidades do profissional de secretariado executivo mais relacionada à profissão de gestor de mídias sociais. E foi possível constatar que os sujeitos investigados sabem que buscar sempre o conhecimento para as novas tecnologias é importante para o profissional de secretariado conseguir se manter no mercado.

Quadro 3 – Resultado das habilidades do profissional de social media da pesquisa

| Descrição da habilidade | 1 | 2 | 3 | 4 | 5  |
|-------------------------|---|---|---|---|----|
| Multifuncional          | - | - | 1 | 6 | 15 |
| Participativo           | - | - | 1 | 7 | 14 |
| Agente de mudança       | - | - | 2 | 4 | 16 |

|  |   |   |   |    |    |
|--|---|---|---|----|----|
| Tomador de decisão                     | - | - | 2 | 8  | 12 |
| Empreendedor                           | - | 1 | 2 | 3  | 16 |
| Consultor                              | - | 3 | 2 | 8  | 9  |
| Atuação nos processos                  | - | - | 4 | 6  | 12 |
| Capacitação                            | - | - | 2 | 6  | 14 |
| Antenado às novas tecnologias          | - | 1 | 1 | 3  | 17 |
| Gestão de Marketing                    | - | 2 | 1 | 3  | 16 |
| Análise de Resultados                  | - | - | 1 | 7  | 14 |
| Tem raciocínio estratégico             | - | - | 2 | 6  | 14 |
| Destreza mental para equilibrar rotina | - | 1 | 1 | 13 | 7  |
| Relacionamento com a comunidade        | - | 1 | 1 | 6  | 14 |
| Planeja conteúdo                       | - | 2 | 2 | 5  | 13 |
| Cria conteúdo                          | - | 1 | 2 | 6  | 13 |
| Tem flexibilidade                      | - | - | 2 | 7  | 13 |

|  |   |   |   |    |    |
|--|---|---|---|----|----|
| Desenvolve organização                                 | - | 2 | 1 | 9  | 10 |
| Gosta de aprender                                      | - | - | - | 6  | 16 |
| Tem iniciativa   | - | 1 | 1 | 5  | 15 |
| Criar estratégias para alcançar cada público-alvo      | - | 1 | 3 | 5  | 13 |
| Interface de comunicação entre os clientes e a empresa | - | 1 | 3 | 5  | 13 |
| Interação e harmonia na execução das tarefas           | - | - | 1 | 8  | 13 |
| Línguas estrangeiras                                   | - | 2 | 2 | 10 | 8  |
| Agenda Posts   | - | 1 | 4 | 4  | 13 |
| Faz monitoramento                                      | 1 | 1 | 2 | 6  | 12 |

Fonte: A pesquisa (2023).

Observa-se, também, que as habilidades de gestão de marketing, gostar de aprender, ser agente de mudança e empreendedor são percebidas e consideradas necessárias para a gestão das mídias sociais. Já as habilidades que menos se relacionaram foram: destreza mental para equilibrar a rotina, as línguas estrangeiras e monitoramento.

Dessa forma, é correto afirmar que assim como o site Alura (2017) descreveu as habilidades fundamentais para atuar como Social Media, está correlacionada à realidade de um profissional de Secretariado Executivo, de acordo com a relação entre o Quadro 1 e as habilidades do questionário conforme descrito no Quadro 4.

Quadro 4 – Comparação das habilidades do profissional de social media/secretário executivo

| SOCIAL MEDIA ALURA (2017)              | SECRETÁRIO EXECUTIVO   |
|--|--|
| Ser <i>heavy user</i> em redes sociais | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Agente de mudança;</li> <li>● Agendar Posts;</li> <li>● Ter iniciativa;</li> <li>● Antenado às novas tecnologias.</li> </ul>                                      |
| Saber mexer em programas de edição     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Multifuncional;</li> <li>● Criar conteúdo;</li> <li>● Empreendedor.</li> </ul>  |
| Dominar a língua portuguesa            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tem flexibilidade;</li> <li>● Planeja conteúdo;</li> <li>● Gostar de Aprender;</li> <li>● Capacitação.</li> </ul>   |
| Ter noção de marketing                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gestão de marketing;</li> <li>● Criar estratégias para alcançar cada público-alvo;</li> <li>● Tomador de decisões;</li> <li>● Empreendedor.</li> </ul>            |
| Atender e monitorar os clientes online | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Faz monitoramento;</li> <li>● Relacionamento com a comunidade;</li> <li>● Interface e comunicação entre os clientes e a empresa;</li> <li>● Consultor.</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| Gerar e compreender relatórios          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Atuação nos processos;</li> <li>● Desenvolve organização;</li> <li>● Tomador de decisão;</li> <li>● Tem raciocínio estratégico;</li> <li>● Análise de Resultados.</li> </ul>  |
| Ser um profissional criativo e antenado | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Participativo;</li> <li>● Línguas Estrangeiras;</li> <li>● Antenado às novas tecnologias;</li> <li>● Tem iniciativa;</li> <li>● Interação e harmonia na execução das tarefas;</li> <li>● Destreza mental para equilibrar rotina.</li> </ul> |

Fonte: A pesquisa (2023).

Por fim, entende-se que as habilidades de gestão adquiridas pelo profissional de secretariado executivo estão diretamente ligadas às habilidades necessárias para atuação como gestor de mídias sociais.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O campo de atuação do secretário executivo tem aumentado cada vez mais, proporcionando a ele abertura no mercado de trabalho, não apenas em sua profissão, mas, igualmente, no âmbito da pesquisa.

Este estudo teve por objetivo analisar como as habilidades do profissional de secretariado executivo impactam em sua atuação na gestão das mídias sociais.

Ressalta-se que o recorte teórico foi definido com o intuito de apresentar as habilidades de gestão do secretário com base em um novo cenário de atuação desse profissional, no sentido não de descaracterizar a profissão, mas sim de demonstrar, acerca dos estudos do campo da gestão, que o secretário executivo possui habilidades que o tornam apto para gerenciar as mídias sociais.

A partir disso, considera-se que este estudo exploratório foi atendido, pois através da análise de dados da pesquisa verificou-se que as habilidades de gestão no perfil do secretário executivo permeiam a profissão de social mídia fato que valoriza e amplia as possibilidades na carreira.

Entre as habilidades de gestão, destacou-se que ser antenado às novas tecnologias é a habilidade mais utilizada entre os profissionais de secretariado executivo que ingressam na gestão de mídias sociais, ou seja, buscam estar atualizados ao que há de novo para obterem êxito na atividade executada.

Apesar de 31,8% dos entrevistados responderem positivamente com relação a atuar com a gestão de mídias sociais, este trabalho identificou a escassez de pesquisas voltadas ao tema. Desse modo, para trabalhos futuros, sugere-se pesquisas com os profissionais da área de secretariado, a fim de entender como se daria a atuação do profissional na prática bem como os desafios enfrentados no âmbito da profissão.

Foi percebido que o gerenciamento de marketing nas redes sociais é uma tarefa complexa a ser exercida, e o profissional de secretariado possui habilidade para a manutenção do relacionamento com o público-alvo.

A limitação da pesquisa foi a troca de orientação da professora Silze, em decorrência de problemas pessoais, para a professora Taciana no mês de março de 2023 e o tempo de execução da aplicação do questionário em curto espaço de tempo.

## REFERÊNCIAS

Análise de Dados: entenda na prática e conheça os seus 4 principais tipos. **XP Educação**, 2022. Disponível em: <https://blog.xpeducacao.com.br/analise-de-dados/> Acesso em: 08 mar.2023.

ARAÚJO, Danilo; SILVA, Viviane. O profissional de secretariado e o uso das tecnologias de comunicação e informação nas organizações. **Revista Científica**, São Paulo. Disponível em: <<https://semanaacademica.org.br/system/files/a>> Acesso em: 10 mar. 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 10520: 2002**: Informação e Documentação: citações em documentos: Apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 6023**. Referências – Elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

BARROS, C. de M. P.; BRAGA, M. C.; SILVA, J. S. As competências gerenciais na atuação do secretário executivo no nível estratégico. **Revista Expectativa**, [S. l.], v. 10, n. 1, p. 91–106, 2000. DOI: 10.48075/revex.v10i1.6096. Disponível em: <<https://e-revista.unioeste.br/index.php/expectativa/article/view/6096>> Acesso em: 23 mar. 2023.

CARVALHO, M. C. M. D. Metodologia Científica: Fundamentos e Técnicas. 8ª. ed. São Paulo: Papyrus, 1998. GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2009. MOREIRA, H.; CALEFFE, L. G. Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

Gestor de mídias sociais. **Vagas**, 2023. Disponível em: <<https://www.vagas.com.br/cargo/gestor-de-midias-sociais>> Acesso em: 26 mar. 2023

MARUM, Tatyane; BARRETO, Iná; ROCHA, Rodolfo. A importância das ferramentas de marketing de relacionamento para o profissional de Secretariado Executivo. **Revista de Gestão e Secretariado - GeSec**, São Paulo, v. 8, n. 3, p 184-200, set./dez. 2017.

MOREIRA, Katia; OLIVO, Luis. O profissional de secretariado executivo como mediador de conflitos. **Revista de Gestão e Secretariado - GeSec**, São Paulo, v. 3, n. 1, p 30-53, jan./jun. 2012.

NOBRE, Elizomar. Inteligência emocional: um diferencial para o profissional de secretariado executivo. **Revista Expectativa**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 43–54, 2013. DOI: 10.48075/revex.v12i1.8191. Disponível em: <<https://e-revista.unioeste.br/index.php/expectativa/article/view/8191>> Acesso em: 23 mar. 2023.

O que é análise de dados?. **Cortex**, 2022. Disponível em: <https://www.cortex-intelligence.com/blog/inteligencia-de-mercado/o-que-e-analise-de-dados/> / Acesso em: 08 mar. 2023

O que faz um Social Media e tudo o que é preciso saber para ser um profissional de sucesso na área?. **RD STATION**, 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/o-que-faz-um-social-media>. Acesso em: 17 mar. 2023.

Redes sociais para empresas. **General Marketing**, 2021. Disponível em: <https://general.marketing/redes-sociais-para-empresas/>> Acesso em: 27 mar. 2023.

RODRIGUES, Jonatan. O que faz um Social Media e como ser um profissional da área?. **Resultados Digitais**, 2022. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/o-que-faz-um-social-media/> Acesso em: 08 mar. 2023.

Salários do cargo de gerente de mídia. **Glassdoor**, 2023. Disponível em: [https://www.glassdoor.com.br/Sal%C3%A1rios/gerente-de-m%C3%ADdia-sal%C3%A1rio-SRCH\\_KO0,16.htm](https://www.glassdoor.com.br/Sal%C3%A1rios/gerente-de-m%C3%ADdia-sal%C3%A1rio-SRCH_KO0,16.htm)> Acesso em: 26 mar. 2023

SANTOS, Virgilio. Formulário de coleta de dados: ferramentas para seu projeto de melhoria. **FM2S Educação e Consultoria**, 2015. Disponível em: <https://www.fm2s.com.br/blog/formulario-de-coleta-de-dados/>. Acesso em: 08 mar. 2023

7 habilidades importantes em um bom profissional de Social Media!. **Alura**, 2017. Disponível em: <https://www.alura.com.br/artigos/7-habilidades-importantes-em-um-bom-profissional-de-social-media>. Acesso em: 21 mar. 2023.

## **ANEXO 1**

### **Apresentação do questionário**

Após a organização do referencial teórico, se chegou à estruturação das seguintes perguntas que estão detalhadas no questionário.

#### **1) Qual o seu gênero?**

Feminino ( )

Masculino ( )

Prefiro não dizer ( )

Outros ( )

#### **2) Qual a sua faixa etária?**

Entre 18 e 29 anos ( )

Entre 30 e 39 anos ( )

A partir de 40 ( )

#### **3) Você é formado ou está cursando Bacharel em Secretariado Executivo?**

Formado ( )

Cursando ( )

#### **4) Profissionalmente você atua com Gestão de Mídias Sociais?**

Sim ( )

Não ( )

**5) Há quanto tempo você atua na área de gestão das Mídias sociais?**

Menos de 1 ano ( )

Entre 1 e 2 anos ( )

Entre 3 e 4 anos ( )

Mais de 5 anos ( )

**6) Como você percebeu que um secretário poderia atuar no mercado das mídias sociais? (Questão aberta)**

**7) No Quadro abaixo, enumere pela escala de 1 a 5, quais as habilidades do profissional de secretariado você possui que se relacionam com a gestão das mídias sociais.**

| Descrição da habilidade | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|---|---|---|---|---|
| Multifuncional          |   |   |   |   |   |
| Participativo           |   |   |   |   |   |
| Agente de mudança       |   |   |   |   |   |
| Tomador de decisão      |   |   |   |   |   |
| Empreendedor            |   |   |   |   |   |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| Consultor                              |  |  |  |  |  |
| Atuação nos processos                  |  |  |  |  |  |
| Capacitação                            |  |  |  |  |  |
| Atenado às novas tecnologias           |  |  |  |  |  |
| Gestão de Marketing                    |  |  |  |  |  |
| Análise de Resultados                  |  |  |  |  |  |
| Tem raciocínio estratégico             |  |  |  |  |  |
| Destreza mental para equilibrar rotina |  |  |  |  |  |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| Relacionamento com a comunidade                   |  |  |  |  |  |
| Planeja conteúdo                                  |  |  |  |  |  |
| Cria conteúdo                                     |  |  |  |  |  |
| Tem flexibilidade                                 |  |  |  |  |  |
| Desenvolve organização                            |  |  |  |  |  |
| Gosta de aprender                                 |  |  |  |  |  |
| Tem iniciativa                                    |  |  |  |  |  |
| Criar estratégias para alcançar cada público-alvo |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| Interface de comunicação entre os clientes e a empresa |  |  |  |  |  |
| Interação e harmonia na execução das tarefas           |  |  |  |  |  |
| Línguas estrangeiras                                   |  |  |  |  |  |
| Agenda Posts   |  |  |  |  |  |
| Faz monitoramento                                      |  |  |  |  |  |