



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS TERESINA CENTRAL
CURSO TECNÓLOGO EM SECRETARIADO

ILANA DE SOUSA MATOS

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO DO PROFISSIONAL DE SECRETARIADO
FRENTE AO ISOLAMENTO SOCIAL

TERESINA

2023

ILANA DE SOUSA MATOS

**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO DO PROFISSIONAL DE SECRETARIADO
FRENTE AO ISOLAMENTO SOCIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Tecnologia em Secretariado Executivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Teresina Central.

Aprovada em: 15/12/2021

BANCA EXAMINADORA

Ma. Janaine Marques Leal Barros (Orientador)

Professor Efetivo do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico Instituto Federal do Piauí
IFPI

Ma. Louise Tatiana Mendes Rodrigues (Avaliadora IFPI)

Professora efetiva do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico Instituto Federal do Piauí
IFPI

Ma. Chrystiane Campelo da Silva (Avaliadora externa)

Secretaria Executiva
Universidade Federal do Piauí - UFPI

TERESINA

2023

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO DO PROFISSIONAL DE SECRETARIADO FRENTE AO ISOLAMENTO SOCIAL

Ilana de Sousa Matos*

Orientador(a): Janaine Marques Leal Barros**

RESUMO

Este trabalho tem como finalidade analisar a importância da comunicação do profissional de Secretariado frente ao Isolamento Social em uma clínica médica situada na cidade de Teresina-PI. A comunicação é um fator essencial para que o indivíduo conviva em sociedade, essa comunicação sendo realizada de forma clara, possibilita uma relação de confiabilidade entre ambas as partes. O profissional de secretariado com seus vastos conhecimentos em suas tarefas diárias busca-se o aperfeiçoamento no seu ambiente de trabalho, evitando ruídos e problemas dentro da empresa. O trabalho apresentado busca a importância e como esse profissional pode facilitar a comunicação entre empresa e clientes, neste momento delicado que a sociedade está vivenciando no período de isolamento social devido ao novo coronavírus, como esse profissional passa e recebe a informação evitando ruídos e falhas na mensagem. Este trabalho contou com pesquisa de campo, pois se caracteriza pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza coleta de dados junto a pessoas, metodologicamente quanto ao objetivo, trata-se de pesquisa descritiva, pois o trabalho descreveu a situação, junto a empresa Neurocentro localizada na cidade de Teresina-PI. Quanto às técnicas de pesquisa, foram desenvolvidas em duas etapas: a primeira observação nos horários de atendimento dos profissionais que atuam como profissionais secretários com seu cliente, em seguida foram realizados a aplicação de questionários com perguntas abertas e fechadas encaminhadas ao e-mail dos profissionais que exercem função de secretários. Quanto aos dados coletados verificou-se que o profissional que exerce função de secretário foi importante no intermédio entre empresa e cliente dentro da organização no momento difícil vivenciado com a pandemia, Esse trabalho servirá de parâmetro para futuras fontes de pesquisa.

Palavras – chave: Comunicação. Profissional de Secretariado. Isolamento Social.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação existe há muitos anos, desde a época em que os homens primitivos comunicavam-se através de gestos, posturas, gritos e grunhidos. Com o passar dos tempos aprendeu-se a relacionar de forma mais clara.

* Graduanda do curso de Tecnologia em Secretariado do Instituto Federal do Piauí (IFPI). E-mail: ilanasousa27@gmail.com

** Professora efetiva do Instituto Federal do Piauí (IFPI). E-mail: janaine.leal@ifpi.edu.br.

No início de 2020, foi-se pego de surpresa com a pandemia do Novo Corona Vírus, onde a doença modificou toda a sociedade, inclusive as formas de comunicação, perante o isolamento social necessário e obrigatório, entre todas as relações, sejam elas sociais quanto profissionais. Em ambas as relações, todos tiveram de se adaptar ao novo normal, ou seja, a proposta de um novo padrão de se comunicar e interagir.

Neste sentido, muitas profissões foram afetadas no processo de mudanças e adaptações, inclusive do profissional secretário. A importância da comunicação do profissional de secretariado frente ao isolamento social com seus clientes vem se aperfeiçoando cada vez mais por esses profissionais nessa época de pandemia onde os secretários tiveram que colocar em prática todos os conhecimentos e técnicas como planejar, organizar, controlar e avaliar dentro da vivência do dia-a-dia entre empresa e clientes, em rotinas que são exigidas no mercado de trabalho.

Essa profissão vem se destacando a cada dia, por sua capacidade no desenvolvimento de diversos papéis e atendimento a seus clientes no ambiente de trabalho. Muitas vezes, o profissional de secretariado atua como gestor, administrador e outras funções relacionadas, aos processos decisórios no ambiente de trabalho, o que torna a comunicação com seus clientes, de suma importância.

Diante disso, tem-se como problema desta pesquisa o seguinte questionamento: Como os profissionais que exercem a função de Secretários podem facilitar a Comunicação entre empresa e clientes com a configuração de uma pandemia?

Definiu-se como hipótese: Em meio à pandemia do vírus COVID 19, a busca constante por informações e serviços de qualidade principalmente nas clínicas médicas onde buscamos serviços sem riscos à saúde, esses estabelecimentos tiveram que criar medidas de segurança aos clientes a fim de evitar aglomerações e manter o distanciamento social. A comunicação aumentou consideravelmente nesse período entre empresa e clientes, o profissional de secretariado teve papel de extrema importância dentro da empresa com o desenrolamento de manter uma boa comunicação clara e métodos de uma linguagem mais humana e empática com os clientes que procuram os serviços oferecidos na empresa.

O artigo trata sobre a importância e as dificuldades encontradas pelo profissional de secretariado que atua como ferramenta de comunicação entre empresa e seus clientes frente ao isolamento social. A pesquisa teve como principal sujeito os profissionais que exercem a função de secretários em uma clínica médica situada na cidade de Teresina-Pi.

A presente pesquisa optou pela escolha dessa temática, pois acredita-se que a mesma poderá oferecer informações importantes sobre a importância da comunicação, assim como, suas principais dificuldades durante período delicado de isolamento social. O trabalho tem a finalidade de analisar o processo de comunicação adotado nesse período pela empresa, verificar quais ferramentas de comunicação foram utilizadas, e com isso avaliar se os profissionais de secretariado estão aptos e capacitados para atuar no novo normal e com as novas dificuldades encontradas no dia a dia, muitos profissionais trabalham na linha de frente com atendimentos aos clientes com isso aumenta os riscos de segurança no local de trabalho, incluindo o de ser infectado com vírus da covid 19. O presente trabalho trouxe a relevância para área do secretariado informações como esses profissionais secretários atuam em funções estratégicas gerenciando as informações e tarefas diárias com zelo e confiabilidade no discernimento da facilidade em comunicação e atendimento ao cliente dentro da organização.

O objetivo geral da pesquisa foi analisar o desempenho dos profissionais que atuam como secretário em uma clínica médica, em Teresina – PI, buscando saber quais processos e meios de comunicação foram utilizados frente ao isolamento social entre empresa e clientes. De forma específica, buscou-se: levantar os meios e ferramentas de comunicação usadas atualmente; avaliar o desempenho dos colaboradores frente às novas dificuldades provocadas pelo isolamento social e identificar as principais dificuldades encontradas pelo profissional secretário na sua área de atuação.

Este trabalho focalizou na comunicação perante o isolamento social, dentro de diversos tipos de pesquisa existentes, foi utilizada a pesquisa descritiva, pois serão descritos os fatos observados pelo presente pesquisador.

Os métodos adotados na pesquisa foram: exploratório descritivo com abordagem qualitativa; descrição e análise de pesquisas bibliográficas e documentais; pesquisa de campo. Este trabalho buscou informação com os profissionais que exercem a profissão de secretários pesquisados na clínica

Neurocentro em Teresina. A pesquisa foi desenvolvida em duas etapas: a primeira a observação por meio da comunicação, nos horários de atendimento do profissional secretário com seu cliente, a segunda foram feitas aplicação dos questionários, por meio da plataforma Google Forms com perguntas abertas e fechadas, junto a esses profissionais secretário. Foram citados os procedimentos metodológicos, estudo e análise dos dados coletados.

Este artigo está dividido em introdução, três capítulos, sendo o primeiro uma abordagem sobre a Comunicação Organizacional, refletindo sua importância no atual contexto histórico. O segundo capítulo descreve as competências do profissional secretário, seu objeto de trabalho, assim como o crescimento de sua importância no decorrer da história. O terceiro capítulo aborda a Pandemia e seu impacto na comunicação das empresas com seus clientes. No capítulo quatro são apresentados os procedimentos metodológicos, tendo em vista os métodos e instrumentos utilizados para a coleta de dados. No capítulo cinco a análise e discussão dos dados. No capítulo seis a conclusão, na qual serão apresentadas as respostas referentes aos questionários e a análise dos dados coletados.

2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A comunicação organizacional é um processo onde podemos expressar através da fala ideias sobre determinado assunto dentro da organização em que fazemos parte, seja a instituição pública ou privada. Essa comunicação sendo eficiente traz para a organização melhor desenvolvimento em ambas as partes, promovendo a fidelização dos mesmos.

A comunicação organizacional vem buscando cada vez mais seu potencial dentro da empresa a fim de ser uma ferramenta estratégica com intuito de ganhar visibilidade e destaques entre as demais organizações. Dessa forma, a comunicação organizacional de uma empresa é a base para a obtenção de resultados positivos no mundo cada vez mais globalizado.

Segundo CRUZ (2011), uma organização tem que saber se comunicar com seu público alvo de interesse, pois sabe se comunicar bem, de forma eficiente e com clareza traz fortalecimento entre ambas as partes.

Deste modo fica perceptível que uma boa comunicação é imprescindível dentro de uma organização. Estrategicamente traz vantagens e benefícios profissionais e fortalecimento dentro da empresa.

De acordo com CHIAVENATO (1989), a comunicação não é apenas repassar a mensagem, e sim transmitir a informação de forma que seja compreendida pelo indivíduo. Se não houver entendimento da mensagem recebida, não há uma comunicação eficaz. Se a mensagem não for repassada corretamente, a comunicação não será efetiva.

A comunicação não será válida se for compreendida de forma que não existam ruídos ou interpretações equivocadas na mensagem passada e recebida. No atual contexto histórico, com as dificuldades causadas pela pandemia, o cuidado com o tratamento da informação precisa ser redobrado, pois as pessoas estão fragilizadas. Por tanto, cabe ao profissional secretário agir como agente facilitador da informação entre empresa e cliente e garantir através de suas competências a realização de uma comunicação clara e transparente.

A habilidade no processamento de dados e a transformação desses dados em informações prontas para serem usadas nas tomadas de decisões representam uma oportunidade valiosa na melhoria do processo de comunicação no mundo dos negócios. (MELO, 2006).

Portanto a compreensão da mensagem passada e recebida faz com que o processo na tomada de decisões seja claro para todos os envolvidos.

As citações apresentadas balizam a importância da comunicação organizacional, na qual serve como fonte de informação para as mais variadas decisões. Dados sobre a satisfação dos clientes, as necessidades e pontos a melhorar de cada setor, os pontos fortes que devem ser melhorados e copiados entre muitos outros são exemplos práticos de informação que uma boa comunicação organizacional pode oferecer.

Para CHIAVENATO (1989), a comunicação pode ser formal e informal: Formal: é a comunicação existente nos setores na organização. A mensagem é transmitida e recebida pelos modelos e meios formais determinados pela estrutura organizacional da empresa. A informação formal da empresa ocorre de maneira escrita e documentada, através de correspondência ou formulário.

Informal: é a comunicação naturalmente usada pelo sistema informal da empresa e fora dos modelos estabelecidos pela empresa. Constantemente a comunicação informal transmite mensagens relacionadas ou não às atividades da organização.

Uma organização não alcança sobrevivência na sociedade sem a comunicação, e para que essa organização faça uma comunicação de sucesso, a mesma deve estar capacitada para os dois tipos de comunicação existente dentro das organizações, a formal e a informal, esses precisam que sejam avaliados com atenção (CALDAS, 2009)

Nesse sentido, o agente da comunicação no âmbito das suas atribuições, deve coletar e filtrar as informações para que empresa e cliente recebam o conteúdo adequado às suas necessidades.

3 O SECRETÁRIO COMO FACILITADOR NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL.

De acordo com NATALENSE (1998), o antepassado do profissional de secretariado foi o escriba com sua atividade destacada em toda a idade antiga, junto às pessoas que desenvolveram a escrita e o comércio. Eram pessoas classificadas como sábias por terem sapiência para escrita e leitura. A profissão de destaca durante a revolução comercial (1400-1700) por meio do serviço de assessoramento a comerciantes, banqueiros e armadores (NATALENSE, 1998).

Na década de 1980 (PORTELA SCHUMAKER, 2006), a profissão de secretariado percorreu diversas mudanças, como consequência da globalização e da revolução tecnológica, tendo este profissional que refletir no seu papel para assegurar seu lugar no mercado de trabalho. Contudo, na medida em que várias mudanças são adicionadas, é necessário que o profissional de secretariado saiba conhecê-las e utilizá-las em seu benefício, em prol da sua produtividade e excelência nas atividades desenvolvidas.

Com o passar dos tempos a profissão de secretariado vem evoluindo e se modificando a cada dia, alcançando espaço nas organizações com seu conjunto de atributos no desenvolvimento de diversas funções. Uma boa comunicação eficaz é cada vez mais importante dentro de uma empresa, a fim de alcançar eficácia nos serviços oferecidos aos seus clientes. Com isso percebe-se que o profissional de secretariado está cada vez mais executando atividades importantes dentro das

organizações com seu vasto conhecimento, habilidades, técnicas e domínio em sua atuação como facilitador da comunicação.

O profissional de secretariado em seu âmbito profissional dentro da empresa analisa qual melhor forma de se comunicar com seus clientes, com intuito de estabelecer uma importante comunicação para que o mesmo se torne qualificado e diferenciado, melhorando seu atendimento.

Conforme TSCHOHL (1996), os sujeitos que no seu cotidiano lidam com atendimento a clientes são os que passam confiança e qualidade em suas funções exercidas na empresa. Consequentemente, percebe-se que o desempenho do profissional no atendimento ao cliente estabelecerá conexão no atendimento.

Um bom atendimento ao cliente, nesse período de isolamento onde as pessoas estão fragilizadas, é de extrema importância. O profissional deve passar confiança e segurança ao cliente, na medida em que, o processo de comunicação acontece. Sua atuação deve levar em consideração as especificidades individuais contidas em cada indivíduo, assim como , as normas que regem a instituição. O atendimento precisa ser de qualidade, claro, satisfatório e consciente. Um bom relacionamento é um exercício diário que deve ser conquistado diariamente mantendo assim uma boa relação de confiança entre cliente e empresa.

Kaplan (1993, p. 5) afirma ainda que:

É verdade que na estrutura social mais organizada de hoje, dependemos menos da comunicação como meio de sobrevivência. É também verdade que, em um mundo que se tornou espantosamente complexo, dependemos mais ainda da comunicação para vencer. A comunicação, chave da transformação social, é a alavanca do progresso pessoal.

No mundo globalizado a comunicação tem avançado em todas as áreas do conhecimento, e aliada aos avanços tecnológicos, o tempo de espera para a realização de uma comunicação é cada vez menor. Tal crescimento permite maior rapidez na resolução de problemas ou na construção de grandes ideias. É necessário uma constantemente renovação, adaptações do conhecimento e alcance dos meios tecnológicos para que o profissional de secretariado em seu atendimento alcance todo o diferencial.

Para Cahen (2003, p. 93) afirma que:

[...] é preciso mudar para acompanhar as tendências do mercado – cada vez mais internacionalizado, diversificado e competitivo – e, com isso, sobreviver dentro de um mundo cada vez mais complexo e agressivo [...].

Portanto, a melhor estratégia para fortalecer as empresas é fazer com que todos caminhem para alcançar o objetivo da organização que é a comunicação, para que seja alcançado objetivo geral da comunicação entre empresa, clientes e colaboradores, que tiveram que se adaptar a forma de como se comunicar com seu cliente nessa situação delicada vivenciada com isolamento social.

Segundo TAVARES (2007), ter o domínio das diversas técnicas e canais de comunicação dentro da empresa é fundamental para seu desenvolvimento. Infelizmente muitas empresas apenas possuem algumas técnicas e canais, por vezes seus colaboradores não sabem utilizá-los de maneira planejada e rebuscada.

Nos tempos de hoje, frente ao isolamento social, os atendimentos nos serviços online ficaram sem dúvidas essenciais para todos, pois com a pandemia as atividades presenciais passaram a ser realizadas somente em último caso, passando por todos os processos e protocolos de segurança para evitar o contágio pelo vírus da COVID 19. Portanto, o profissional tem que adequar sua comunicação, saber administrar, muitas vezes, as reclamações evitando responder mal o cliente, pois o mesmo pode estar fragilizado a esse momento vivenciado, agindo com ética e educação o profissional evitará transtornos para a empresa.

Neste sentido Kaplan (1993, p. 05) esclarece que:

Hoje, mais do que nunca, a carreira à que você se dedica e a dos gerentes com os quais você concorre não pode, de modo algum, atingir massa crítica sem a capacidade de comunicar-se eficazmente com aqueles que tomam as decisões. Para eles, por sua vez, não há coisa melhor do que uma demonstração de como as ideias que você apresenta contribui para a missão da empresa.

Nesse sentido, o secretário deve possuir em suas atribuições o conhecimento da missão, visão e dos valores da Instituição para atuar de forma coesa no processo de facilitação da informação.

De acordo com TSCHOHL (1996), os indivíduos que lidam no cotidiano com os clientes são os que emitem confiança e a qualidade dos serviços na organização. Consequentemente, é provável observar que o comportamento do

profissional com o cliente é o que estabelecerá seu vínculo e o andamento do atendimento.

A importância da qualidade do atendimento no serviço prestado ao cliente é essencial para conquistá-lo no dia a dia, a comunicação é um componente elementar para alcance dos propósitos profissionais. Essa conexão entre cliente e profissionais que exercem a função de secretário deve ser primordial e amigável no tratamento, para que esse profissional em seu atendimento alcance a qualidade e confiança dos serviços prestados pela organização, facilitando o elo e a comunicação entre empresa e cliente.

Como aponta NONATO JÚNIOR (2009), os profissionais em secretariado operam em cenário arterial, operam como intermediário de ligação entre diversos executivos e técnicos, a comunicação apontou-se como componente central em seu exercício informal. Deste modo deduz-se que a habilidade da comunicação é essencial para atuação secretarial.

O profissional que exerce a função de secretariado é o principal intermediário entre empresas e clientes, filtrando assim, a comunicação necessária para o bom atendimento ao cliente, passando a mensagem sem ruídos, se adequando aos momentos difíceis vividos pela sociedade, mostrando seu desempenho e capacidade de aderir a esse momento vivenciado pela sociedade sem oferecer riscos à saúde de seus clientes.

Para (CAHEN, 2003, p. 58).

[...] o maior, na verdade o único, patrimônio de uma empresa é exatamente a sua imagem. Como todo patrimônio de difícil quantificação – ou grande demais, não deixa de, no fundo ser um organismo vivo que requer constante atenção, este patrimônio vai aos poucos se corroendo e se deteriorando, até o momento em que ou é tarde demais ou uma completa reforma se faz necessária [...].

Segundo MARCHIORI (2008), a comunicação tornou-se essencial para o profissional de secretariado executivo para atender ao mercado cada vez mais competitivo e rígido. É fundamental considerar a importância da linguagem em todos os processos do pensamento do ser humano e na tomada de decisões, e não simplesmente como comunicação humana. Nesta circunstância a importância da comunicação demonstra-se inerente às habilidades secretariais.

A comunicação deve ser passada de modo que facilite o seu entendimento na linguagem. Como por exemplo, o profissional de secretariado não pode usar em determinados momentos uma linguagem científica para um cliente leigo que o mesmo não entenderá de maneira correta. Desta maneira não haverá entendimento da mensagem, este profissional muitas vezes tem que ter empatia pelo próximo tentando facilitar a comunicação e tratar seu cliente de forma prioritária com atenção maior.

Um profissional de excelência precisa portar conhecimento e desenvolver habilidades avaliando as ferramentas que auxiliem na execução de suas atividades e na efetividade de suas atribuições.

4 PANDEMIA E A INFLUÊNCIA PARA O FUNCIONAMENTO DAS EMPRESAS

No início do ano de 2020 iniciou-se com a pandemia da covid 19, onde por estratégias de prevenção a fim de evitar o contágio do vírus, a sociedade teve que aderir ao isolamento social ocasionando um impacto nos relacionamentos sociais e empresariais. Várias empresas tiveram que se adaptar com planejamento e técnicas emergências, a fim de evitar crise econômica e fechamento da mesma. Muitas empresas em curto período tiveram que formar métodos para se adequar ao novo contexto.

De acordo com REIS-FILHO E QUINTO (2020), por meio de tais estratégias a primeira medida aplicada foi o distanciamento social, evitando agrupamento com distanciamento de um metro de pessoas em um determinado local e a proibição de festividades que concentrem inúmeros grupos de pessoas reunidos (escolas, universidades, shows, teatros, shoppings, academias e entre outros).

Muitas organizações tiveram dificuldades para seguir os protocolos de atendimento remoto, alguns de seus colaboradores não têm experiência no trabalho em home office sem saber utilizar estas ferramentas de tecnologias oferecidas. Com esse contexto vivenciado pelas empresas, muitas tiveram dificuldades em se adaptar e oferecer um treinamento aos colaboradores em tempo hábil para atender na modalidade remota.

Como vivenciado a primeira medida foi o distanciamento social, evitando se a aglomeração e proibindo abertura de serviços não essenciais, ocasionando

uma alta demanda de questionamentos, medo e dúvidas na população como conseguiriam sobreviver com o índice de contaminação e economia do país. Considerado um dos serviços essenciais a área da saúde, onde esses profissionais tiveram que continuar trabalhando durante o período de isolamento social, tais passaram pelo chamado ato de desafio em manter suas atividades em meio à pandemia, ocasionando muita insegurança e medo decorrente da Covid 19.

As empresas do setor privado respondem rapidamente às mudanças, oferecendo inovações e ferramentas eficazes a fim de manter seus atendimentos, contornando o impacto da crise econômica, formando uma adaptação em seus processos estruturais tomando os devidos cuidados, oferecendo serviços de qualidade e eficientes sob o impacto imediato causado pela pandemia nas organizações. De acordo com a pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) com 6.080 MPE brasileiras, verificou-se que várias delas efetivaram mudanças em seus processos de funcionamento, realizando entregas ou atendimento on-line (41,9%), adequando a estrutura para atendimento em tempo reduzido (41,2%), ou por home office (15,3%), com rodízio de funcionários (21,6%), ou no sistema drive thru (5,9%), (SEBRAE, 2020).

Com isolamento social, surgiu uma turbilhão de emoções, ocasionando em várias pessoas adoecimento psicológico, essas por vez procuram por atendimentos na clínica em que foi realizado a pesquisa, muitas visivelmente abaladas, com estresses, pânico social, insegurança e muitas vezes medo.

Segundo WHO (2018c), a saúde mental é essencial e indispensável para nossa competência coletiva e individual, pois os indivíduos pensam se emocionam e interage entre ambos, e desfrutam da vida, desta forma a proteção e restituição da saúde mental são classificadas como fundamental ao indivíduo e sociedade pertinente.

Pode-se analisar que o isolamento social é uma regra a ser empregada no momento vivenciado com a COVID 19, para a preservação da saúde física do ser humano. É fundamental que esses indivíduos em sua busca pelos serviços oferecidos dentro da clínica tenham um ótimo tratamento, que o profissional de secretariado use de estratégias e ferramentas para uma boa comunicação, neste sentido, criando soluções para o entendimento de acordo com a realidade de cada cliente.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Metodologicamente quanto ao objetivo, trata-se de pesquisa descritiva, pois o trabalho descreveu a situação da importância da comunicação do profissional de secretariado frente ao isolamento social. Segundo Cervo e Bervian (2002, p. 85) “pesquisa descritiva é aquela que trabalha sobre os dados ou fatos colhidos da própria realidade”. Este trabalho contou também com pesquisa de campo, Segundo Fonseca (2002, p. 49), “a pesquisa de campo se caracteriza pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza coleta de dados junto a pessoas, como recurso de diferentes tipos de pesquisa”.

O questionário é a forma mais conveniente para coletar dados, pois possibilita estimar com melhor exatidão o que se deseja. Em geral, a palavra questionário refere-se a um meio de obter respostas às questões por uma fórmula que o próprio informante preenche. Assim, qualquer pessoa que preencheu um pedido de trabalho teve a experiência de responder a um questionário. “Ele contém um conjunto de questões, todas logicamente relacionadas com um problema central” (CERVO; BERVIAN, 2002, p. 48).

Este trabalho focalizou na comunicação perante o isolamento social, o campo de pesquisa consiste na clínica Neurocentro localizada na Rua Olavo Bilac, 1737- Centro sul de Teresina. Dentro de diversos tipos de pesquisa existentes, foi utilizada a pesquisa bibliográfica, de campo e descritiva. Desta forma, descrevo os fatos observados pelo presente pesquisador.

Segundo Vergara (2000, p.47):

A pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza. A autora coloca também que a pesquisa não tem o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação.

A pesquisa descritiva foi realizada entre os dias 23 e 27 de agosto de 2021. Durante o horário vespertino (12 às 17 horas) de atuação dos profissionais secretários foi utilizado a observação. Outra função importante da observação é o pesquisador se familiarizar com o ambiente e conhecer os participantes em potencial (SHAH, 2006, p. 18), pois as perguntas posteriores devem ser feitas com base nos estilos dos participantes da comunicação e como eles interagem uns com os outros.

Quanto aos métodos realizados na pesquisa, foram executados pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo. Essa pesquisa pretende buscar a informação com a população pesquisada em uma clínica em Teresina. Conforme GIL (2002), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em materiais já elaborados, sua principal vantagem está no fato de permitir ao pesquisador a cobertura de uma gama de fenômenos mais ampla.

Conclui-se que, o pesquisador necessitou ir ao espaço onde os fatos acontecem e montar um maior número de dados e informações a serem comprovadas.

A pesquisa de campo conforme Lakatos (2003, p.186) afirma que:

Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. (...) Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-los.

Percebe-se que a pesquisa de campo, tem mesmo resultado como as outras pesquisas. Onde a diferença entre elas é que aquela trata do estudo no qual pesquisador vivencia, assiste e presencia os fatos estudados, entendendo melhor o resultado da pesquisa e conseqüentemente, entenderá melhor o estudo e sua compreensão.

Quanto às técnicas de pesquisa, foram desenvolvidas em duas etapas: a primeira observação (entre os dias 23 e 27 de agosto de 2021) nos horários de atendimento dos profissionais que atuam como profissionais secretários com seus clientes. De acordo com Becker (1994, p. 16), entendendo que o pesquisador coleta dados, participando do grupo ou organização, observando as pessoas e seu comportamento em situações de sua vida cotidiana. Em seguida foi realizada a aplicação de questionários com perguntas abertas e fechadas (30 de agosto de 2021) encaminhadas aos e-mails dos profissionais que exercem função de secretários, aplicado através da plataforma recurso Google Formulários, junto aos profissionais que atuam como secretários na empresa. Para tanto, Ribeiro (2008, p. 13) destaca os pontos fortes do questionário:

Questionário: Objetividade; Uniformidade; Tempo aberto para as pessoas pensarem sobre as respostas; Facilidade para a conversão dos dados.

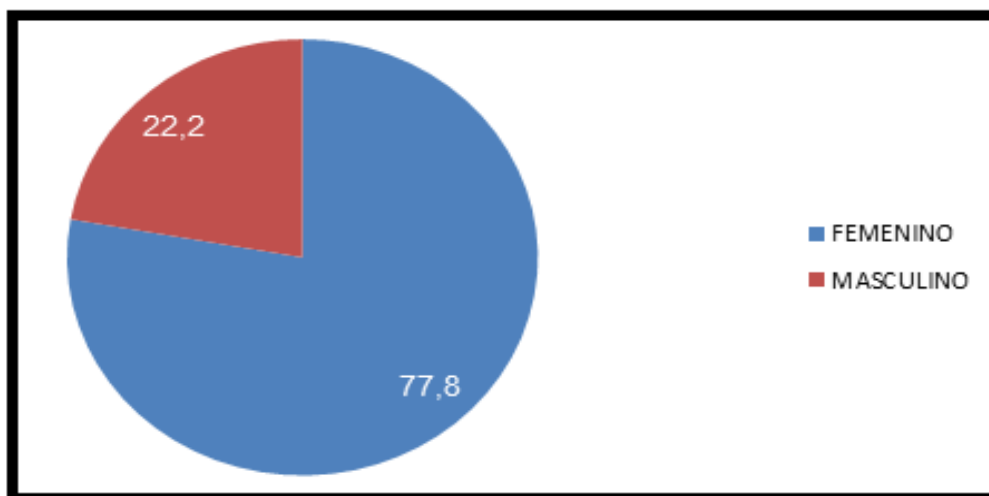
A amostra foi feita com 10 profissionais que exercem função de secretários. O período de aplicação do questionário foi de 27 a 30 de agosto de 2021, ficou disponível durante esses dias para que pudessem ser colhidos os dados necessários, esses 10 profissionais demonstraram interesse em contribuir com a pesquisa. Os dados analisados foram coletados por meio de questionários misto com 10 perguntas abertas e fechadas, pela plataforma Google Formulários, os entrevistados 6 são profissionais que exercem a função de secretários cursando entre 3º e 6º período, 1 profissional que exercem a função de secretário formado em Administração, 3 profissionais que exercem a função de secretário na clínica porém não concluíram curso superior.

O questionário colaborou para a coleta de dados pessoais de profissionais que exercem a função de secretários da clínica. Ambas as visões são importantes para serem analisadas pelo presente estudo.

6 ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS DADOS

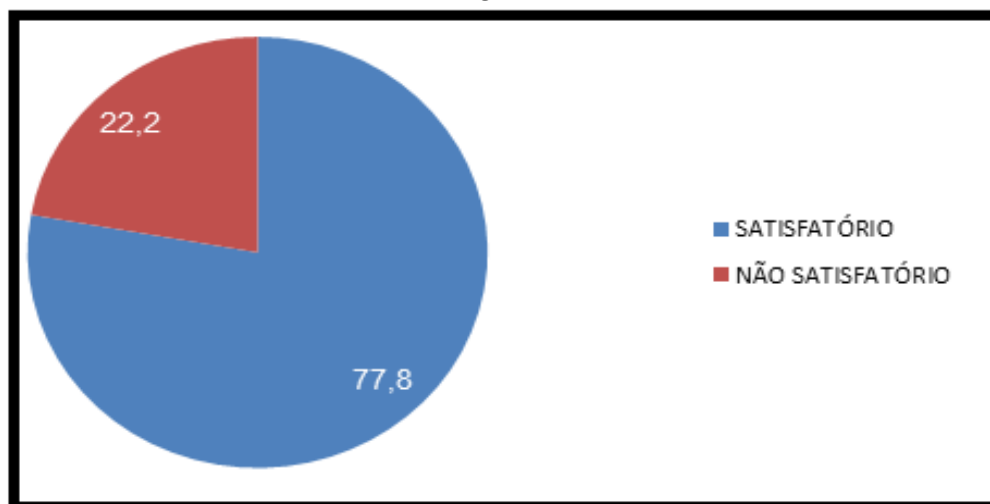
Na concepção de Gil (1999, p. 17), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população, fenômenos ou estabelecimento de relações entre variáveis, uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados. Os dados coletados através do questionário apresentam o perfil do sujeito de estudo (profissional que exerce a função de secretário), assim como, seu conhecimento das habilidades básicas utilizadas em sua função e sua relação com a empresa e cliente.

Os dados analisados foram coletados por meio de questionários misto com 10 perguntas abertas e fechadas, pela plataforma Google Formulários e aplicado á 10 entrevistados dentre 6 são profissionais que exercem a função de secretários cursando entre 3º e 6º período, 1 profissional que exercem a função de secretário formado em Administração, 3 profissionais que exercem a função de secretário na clínica porém não concluíram curso superior. Sobre o perfil dos respondentes de acordo com o gráfico 1- 77,8% são profissionais do sexo feminino e 22,2% do sexo masculino, os dados revelam que a maioria dos profissionais secretários são do sexo feminino, possuem idade entre 23 a 36 anos, e no que se refere a cidade onde residem 90% afirma que reside em Teresina –PI e 10% em Altos-PI.

Gráfico 1 – Sobre o Gênero

Fonte: elaborado pela autora 2021

Dos entrevistados 77,8% revelam que os meios de comunicação entre empresa e cliente são satisfatórios e acessíveis com uma comunicação muito boa cerca 22,2% não conhece todos os métodos de comunicação oferecidos pela empresa.

Gráfico 2- Meios de comunicação são satisfatórios

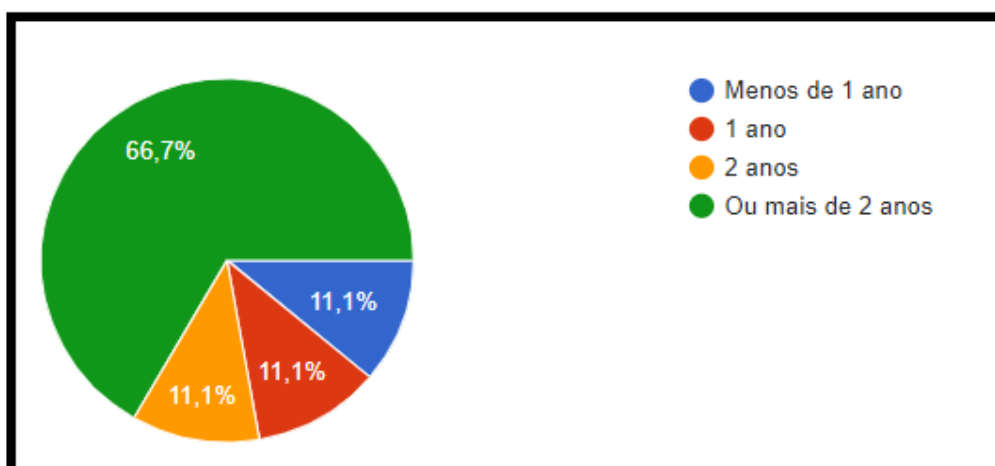
Fonte: elaborado pela autora 2021

O dado coletado da questão, referente ao gráfico acima, revela que a maioria dos profissionais que exercem função de secretário dentro da organização estão satisfeitos com a comunicação dentro do âmbito de trabalho. Quando indagado a esses profissionais que exercem função de secretários que responderam que não estão satisfeitos, esses informaram que optaram por responder pela não

satisfação da comunicação, pois não tinham conhecimento de todos os instrumentos de comunicação disponíveis na empresa, informaram que com a alta demanda da clínica esses profissionais não procuram saber com a empresa quais são os instrumentos disponíveis para melhorar seu atendimento.

Segundo Cahen (2003, p.93), é fundamental mudar para acompanhar a direção do mercado cada vez mais do mercado externo, interno, modificado e competitivo, e com isso sobreviver dentro de um mundo cada vez mais difícil e agressivo. Quando perguntado há quanto tempo atua como profissional de secretariado na empresa:

Gráfico 3- Tempo de atuação na empresa



Fonte: elaborado pela autora 2021

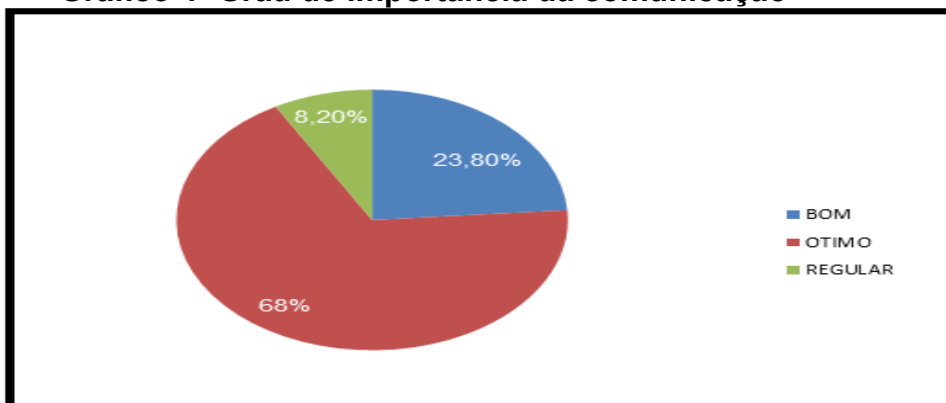
Sabe-se que a comunicação é um assunto de extrema importância dentro de uma organização, muitos profissionais não sabem como ter uma comunicação eficiente dentro do ambiente de trabalho. Dos pesquisados podemos observar que cerca de 10% atua na empresa entre 1 a 2 anos, 66% atua na empresa entre 2 ou mais anos.

Esse resultado constata-se que a maioria dos profissionais secretários vem contribuindo com desenvolvimento das atividades há mais de anos na empresa.

De acordo com Kaplan (1993, p. 05), hoje mais do que nunca, o emprego a que você se dedica e a do dirigente com os quais você compete, não pode de modo algum, atingir a população sem a capacidade de comunicar-se eficazmente com aqueles que tomam as decisões. Para eles, portanto, não há coisa melhor do que uma comprovação de como as ideias que você apresenta auxilia para a missão da organização.

Quando perguntado qual grau de importância da comunicação no seu ambiente de trabalho.

Gráfico 4- Grau de importância da comunicação



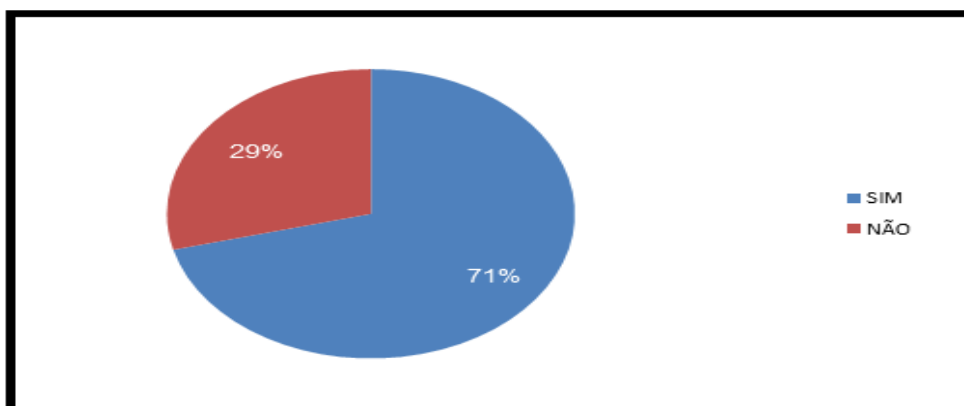
Fonte: elaborado pela autora 2021

Os resultados demonstram que 68% dos entrevistados consideram grau de importância da comunicação ótimo, 23,8% consideram bom e 8,2% dos pesquisados consideram regular.

Reparam-se os números demonstram que a comunicação do profissional que exerce função de secretário é de extrema importância dentro da organização para tratar de assuntos relacionados ao trabalho entre empresa e clientes.

Quando perguntado se conhece todos os instrumentos de comunicação disponíveis na clínica? (whatsapp, callcenter, telemedicina, ouvidoria, facebook, instagram, neuro news, resultados online ,app da empresa neurocentro):

Gráfico 5- Conhecimento dos instrumentos de comunicação



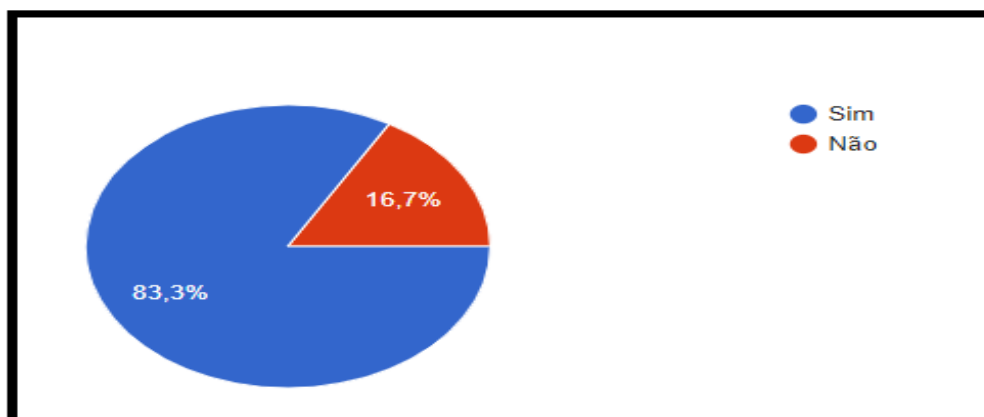
Fonte: elaborado pela autora 2021

Dos profissionais pesquisados 71% informam conhecer todos os instrumentos de comunicação disponíveis, enquanto 29% informam não conhecer todos os instrumentos.

Constata-se analisar que o resultado do gráfico cinco demonstra que a maioria dos profissionais secretários conhecem todos os instrumentos de comunicação disponíveis na clínica, esses instrumentos de acordo com os profissionais é um meio facilitador para o profissional. Sobre os profissionais que não conhecem todos os instrumentos, os mesmos informaram que irão aderir às ferramentas disponíveis para facilitar seu atendimento. Considerando a seguinte afirmação de Tavares (2007, p. 49), ter o domínio as diversas técnicas e canais de comunicação dentro da empresa são fundamentais para desenvolvimento profissional, contudo, muitas empresas apenas possuem algumas técnicas e canais, por vezes seus colaboradores não sabem utilizá-los de maneira planejada e rebuscadas.

Quando perguntado se os instrumentos oferecidos estão eficientes:

Gráfico 6- Instrumentos oferecidos



Fonte: elaborado pela autora 2021

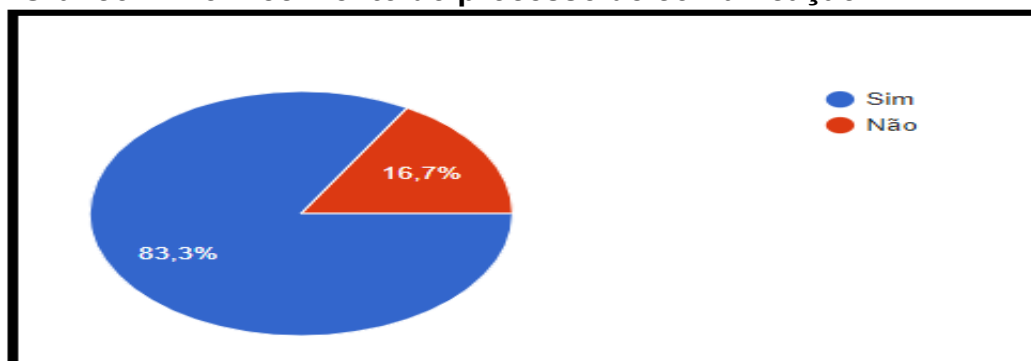
De acordo com a pesquisa, os resultados mostram 83,3% informam que os instrumentos de comunicação oferecidos estão eficientes e 16,7% informam que não estão eficientes.

De modo a complementar, podem se perceber, com os dados do gráfico seis, que os instrumentos de comunicação oferecidos são eficientes, pois facilitam o serviço no dia a dia, evitando demora e aborrecimento com os serviços oferecidos pela clínica. Considerando as ideias de NONATO JÚNIOR (2009), os profissionais

em secretariado operam em cenário arterial, operam como intermediário de ligação entre diversos executivos e técnicos, a comunicação apontou-se como componente central em seu exercício informal. Deste modo, deduz-se que a habilidade da comunicação é essencial para atuação secretarial.

Quando perguntado, você acredita que conhecer minimamente processo de comunicação influencia positivamente no seu atendimento:

Gráfico 7- Conhecimento do processo de comunicação

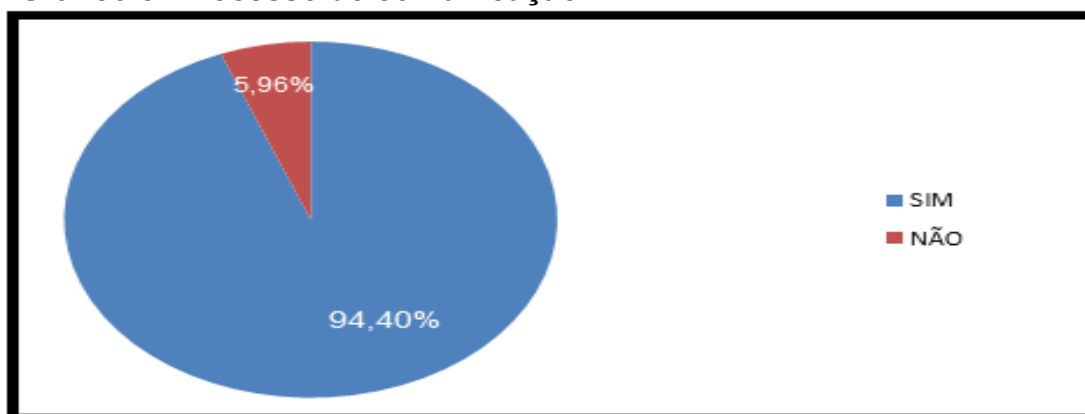


Fonte: elaborado pela autora 2021

Conforme o gráfico sete 83,35% afirmam que conhecer minimamente o processo de comunicação influencia positivamente o atendimento e 16,7% afirmam que não.

Analisando-se esses números é possível perceber que ter conhecimento no processo de comunicação, o profissional que exerce a função de secretário, no âmbito das atividades correlacionadas diariamente na clínica se destaca dos demais profissionais, esse profissional age como facilitador para tratar de assuntos de trabalho com praticidade e agilidade, por ter a possibilidade de falar com várias pessoas ao mesmo tempo, contribuindo, então, para o profissional ser mais produtiva dentro ou fora do ambiente de trabalho. Considerando o que informa MARCHIORI (2008), a comunicação tornou-se essencial para o profissional de secretariado executivo para atender ao mercado cada vez mais competitivo e rígido. É fundamental considerar a importância da linguagem em todos os processos do pensamento do ser humano e na tomada de decisões, e não simplesmente como comunicação humana.

A seguir é perguntado se o processo de comunicação vem atendendo as demandas do seu setor.

Gráfico 8- Processo de comunicação

Fonte: elaborado pela autora 2021

Dos pesquisados, 94,4% afirmam que o processo de comunicação está atendendo as demandas do setor. 5,96% afirmam que não vem atendendo as demandas.

Pode-se analisar com os dados referente ao gráfico oito, que o processo de comunicação vem atendendo as demandas durante o período de isolamento social, observou-se o aumento considerável das mesmas. Sobre os demais profissionais que informaram que o processo de comunicação não vem atendendo as demandas do setor, informaram que não souberam lidar com alta demanda e sentiram o impacto do isolamento social no seu desempenho profissional e na produtividade das atividades. Segundo CALDAS (2009), uma organização não alcança sobrevivência na sociedade sem a comunicação, e para que essa organização faça uma comunicação de sucesso, deve estar capacitada para os tipos de comunicação existentes dentro das organizações.

Quando perguntado, quais os desafios que estão sendo enfrentados no seu setor, com relação a comunicação frente a perspectiva da pandemia:

R1-A demanda aumentou desde o início da pandemia e a equipe permanece a mesma, não conseguimos atender a todos em tempo, chegando a demorar até 24 horas para da resposta ao cliente por meios da ferramenta whatsapp, isso gerou uma revolta e perda de muitos clientes.
R2- Falar com as pessoas, muitas das vezes não consegue compreender ou ouvir direito a mensagem, não sei se é por conta da máscara e o distanciamento.
R3- Muita demanda, deixar o cliente bem informado e falta de empatia
R4- Muita demanda

R5- Deixar as pessoas bem informadas
R6- A demanda aumentou desde o início da pandemia, isso gerou revolta e perda de clientes.
R7- Falta de empatia
R8- Falar com as pessoas de modo que compreendam a mensagem
R9- Muita demanda
R10- Nenhuma nos comunicamos sempre sobre tudo.

Fonte: elaborado pela autora 2021

Pelo exposto, analisou-se, que a demanda aumentou consideravelmente frente à perspectiva da pandemia. Com a redução do quadro de funcionários, muitos profissionais secretários não conseguiram prestar seus serviços em tempo hábil, muitas das vezes os clientes necessitavam de mais orientações no decorrer do dia a dia, as máscaras e o distanciamento social ocasionava pouco de demora na compreensão e transmissão da mensagem, correndo por diversas vezes demora na prestação de serviços oferecidos aos clientes, esses profissionais que exercem função de secretários observaram com a alta demanda e o isolamento social ocasionado pela covid 19. Ressalta-se observar que a falta de empatia é um fator que ocasiona ruídos na comunicação entre empresa e clientes, causando transtornos e perda de tempo na resolução do conflito. Segundo SILVA (2007), muitas vezes o ruído pode ser um incômodo ou um aborrecimento, exigindo a repetição da mensagem. Observou-se pelo exposto que é essencial saber falar com as pessoas de modo que as compreenda a mensagem. De acordo RUGGIERO (2002), não basta ter uma equipe de grandes talentos altamente motivados, se ela não estiver bem informada, ou seus membros não se comunicarem adequadamente de forma compreensível, não será viável potencializar a comunicação dentro da organização. Pode-se relatar que uma boa comunicação é fundamental e necessária para a sobrevivência de toda e qualquer organização, uma boa comunicação possibilita uma ótima ferramenta de estratégias para uma boa gestão de negócios dentro da empresa, é possível vencer desafios, reinventar novas técnicas e métodos.

A décima pergunta referiu-se ao que poderia melhorar na comunicação:

R1- Aumentar a equipe, ter treinamentos em períodos específicos, dar e receber feedbacks do que está ocorrendo dentro da empresa.
R2- Necessita saber ouvir, para que possa compreender assim poderão ser objetivo e de forma clara, agilizando o atendimento. Tentar diminuir os ruídos na passagem das informações, pois dificulta o entendimento, buscando responder da melhor forma possível, passar informação correta e de forma clara.
R3- Mais rapidez e agilidade na comunicação e disposições de alguns funcionários em apurar e repassar a informações corretas e completas.
R4- Criação de mais métodos para o diálogo formal
R5- Preparando o máximo de pessoas para um feedback
R6- Aumentar a equipe, ter treinamentos em períodos específicos.
R7- A eficiência no compartilhamento das informações é necessária, para o aprimoramento das tarefas do trabalho.
R8- Repassar aos novos colaboradores um manual de instrução como ter uma boa comunicação
R9- Fazer reunião a cada 6 meses com os colaboradores para escutar o que precisa ou não ser melhorado.
R10- A disposição de alguns funcionários em apurar e repassar informações corretas e completas.

Fonte: elaborado pela autora 2021

Neste sentido, analisando as respostas podemos perceber o que poderia melhorar na comunicação. Observa-se que a comunicação é de extrema importância é fundamental para ambos, é necessário um bom relacionamento entre empresa e clientes, pode-se perceber que os clientes procuram os serviços oferecidos pela empresa. Tentam saber ouvir a mensagem transmitida pelos profissionais que exercem função de secretários, muitos clientes não tem a preocupação de saber ouvir e compreender a mensagem, ocasionando ruídos na comunicação e demora no atendimento oferecido, muitas das vezes foi observado que os clientes estão apressados, não compreendiam a informação correta passada pelo profissional, com isso saber ouvir e passar a informação correta agiliza nos processos de comunicação. Assim, de forma gentil, analisamos que esse profissional que exerce função de secretário dentro da organização, deve fazer uma análise ponderada sobre o uso da comunicação no âmbito de trabalho, optando pela boa comunicação dentro da organização que presta seus serviços. Considerando MATOS (2004), para

que existir uma boa comunicação é obrigatório ter uma finalidade, um objetivo estabelecido, saber quem é o receptor, construir a forma de atingir a comunicação com o receptor, ser claro, direto e objetivo, ter atitudes coerentes com a mensagem sendo passada, transmitir informações e entendê-las, dar retornos é primordial, evitar termos técnicos, como o item mais importante é saber ouvir seus colaboradores.

Pode-se analisar de acordo com as respostas: Criação de mais métodos para o diálogo formal, feedback, aumentar a equipe, eficiência no compartilhamento das informações, como ter uma boa comunicação e disposição de alguns funcionários em apurar e repassar informações corretas e completas. Podemos perceber que a comunicação acontece a todo o momento de forma espontânea e natural é um processo de passar informação e compreensão de uma pessoa para outra. Para CALDAS (2009), uma organização não consegue sobreviver na sociedade sem a comunicação, para que a organização faça uma comunicação de sucesso, precisam estar aptos para tipos de comunicação existentes dentro das organizações, a formal e a informal, esses precisam que sejam avaliados com atenção. Percebe-se que esse profissional que exerce função de secretário precisa estar apto para os diversos métodos de comunicação oferecidos dentro da empresa.

No processo de comunicação, o feedback auxilia a fonte a examinar os resultados obtidos na transferência da mensagem, em levantamento aos objetivos introdutórios, (MEDEIROS, 1989). Observou-se que um bom feedback no processo de comunicação entre empresa e clientes, na maioria das vezes quanto maior seja mais eficaz é processo de comunicação. Sem ele não poderia saber se as instruções dadas foram recebidas e realizadas com sucesso. Saber receber e transmitir as mensagens corretas sem ruídos transmitem uma boa comunicação entre empresa e clientes. Segundo KUNSCH (2003), Comunicação é a transferência de informação e compreensão de uma pessoa para outra é um aspecto de atingir os outros com ideias, acontecimentos, pensamentos, sentimentos e princípios. Ela é uma ligação de sentido entre as pessoas, de tal forma que elas podem distribuir aquilo que vivenciam e sabem. Utilizando esta ligação, uma pessoa pode atravessar com confiança o rio de mal-entendidos que muitas vezes as separa. Podemos analisar que os profissionais que exercem função de secretário devem saber transmitir a informação correta, para que seus clientes sejam atendidos da melhor forma, sem que a comunicação ocorra ruídos e mal interpretação na mensagem, a

boa comunicação conseguem alcançar melhores condições de planejamento estratégico, pois as informações chegam com mais fluidez e confiabilidade, esse profissional também conseguem fazer com que o processo produtivo seja mais dinâmico, uma comunicação eficiente, por meio de todos os instrumentos de comunicação disponível, manterá o profissional por dentro dos assuntos da organização envolvendo-o. Além de informar dos fatos ocorridos da empresa, tendo um olhar dentro e outro fora da organização, acompanhará conscientemente as mudanças.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho objetivou a importância da comunicação do profissional de secretariado frente ao isolamento social com seus clientes em época de pandemia, onde estes tiveram que colocar em prática seus conhecimentos e técnicas dentro da vivência no seu dia-a-dia entre empresa e clientes. Verificou-se o desempenho desses profissionais que exercem função de secretários em uma clínica médica, em Teresina-PI, buscou-se saber quais os processos e meios de comunicação utilizados ao isolamento social dentro da empresa. Diante disso, teve-se como problema desta pesquisa o seguinte questionamento: Como os profissionais que exercem a função de Secretários podem facilitar a Comunicação entre empresa e clientes com a configuração de uma pandemia, constatou-se que o profissional que exercem a função de secretário é responsável direto na transmissão da informação, tem o domínio das atividades sem que a supervisão direta dos gestores, dentro da empresa tem total arbítrio devido a grande demanda na empresa, esse profissional é de extrema importância no gerenciamento da comunicação e na tomada de decisões. Verificou-se que esse profissional que exercem função de secretário foi importante no intermédio entre empresa e cliente dentro da organização no momento difícil vivenciado com a pandemia, proporcionou-se entre os demais o conhecimento das principais ferramentas envolvidas nas funções desenvolvidas do profissional de secretariado, mostrou-se como atender as demandas diárias, foram o principal intermediário dentro da empresa com os clientes, foram capazes de analisar, interpretar e articular as informações e a comunicação eficiente referente a sua profissão, esses profissionais desenvolvem uma postura reflexiva e crítica dentro do contexto da empresa, soube gerir e administrar os processos de

comunicação promovendo a satisfação dos clientes e gestores. Para tanto, definiu-se como hipótese: Em meio à pandemia do vírus COVID 19, a busca constante por informações e serviços de qualidade principalmente nas clínicas médicas onde buscamos serviços sem riscos à saúde, onde a mesma foi-se confirmada, onde clientes da clínica procuram tais serviços oferecidos sem correr riscos a sua saúde. A partir da aplicação do questionário e de sua análise, foi possível responder à questão problema e concluir o objetivo geral da pesquisa proposto na introdução deste trabalho.

Para facilitar esse processo de comunicação entre os profissionais que exercem função de secretário e clientes da clínica Neurocentro, tal pesquisa tem-se as ferramentas tecnológicas disponibilizadas a seus clientes de modo a facilitar a comunicação entre ambos por meio do aplicativo whatsapp onde é ofertado agendamento e cancelamento de consultas, renovação de receitas, verificar resultados de exames e autorizações do mesmo, callcenter, agendamentos de consultas online pelo site da empresa, consultas e retorno por telemedicina, coleta de exames laboratoriais em domicílio, entregas de medicamentos em domicílio por farmácias credenciadas, resultados de exames pela internet, tais meios ofertado a fim de facilitar a comunicação aos seus clientes a modo de oferecer serviços de qualidade sem oferecer riscos à saúde de seus clientes

Tendo em consideração que o estudo buscou analisar a importância da comunicação, o primeiro passo foi elaborar um questionário com base no que se pretendeu saber sobre o tema, aplicá-lo aos profissionais que exercem função de secretários e fazer a análise dos dados colhidos. Conclui-se que esta pesquisa teve a finalidade de responder aos objetivos deste estudo, que computou a importância da comunicação entre empresa e clientes em uma clínica médica, Esse trabalho servirá de parâmetro para futuras fontes de pesquisa, como o profissional de secretariado teve a importância no período de isolamento social, provocada pela covid 19. Em toda empresa uma boa comunicação é essencial entre colaboradores e clientes, nesse período delicado que a sociedade está vivenciando com isolamento social, necessita que a empresa execute seu serviço de forma clara e amigável e respeitosa, nesse momento difícil enfrentado com a COVID 19 mostrando, em busca de uma boa interação entre seus colaboradores e clientes. Assim tendo um ótimo relacionamento entre ambos tendo uma comunicação com clareza e empatia com os

indivíduos no ambiente de trabalho, concluindo-se em bons resultados à comunicação.

Em relação a comunicação observou-se que a empresa adotou ações para facilitar a comunicação com seus clientes como: agendamento de consultas por telefone, presencial e por aplicativos de whatsapp e site da clínica, consultas presenciais ou por telemedicina, disponibiliza ambulância para pacientes da capital ou interior, senha para que o cliente acesse seus resultados online e avaliações dos atendimentos dos profissionais por meio do aplicativo whatsapp. Para que estes serviços seja padrão de excelência até para as demais empresas, observamos e podemos opinar na otimização da comunicação que sejam feitas reuniões com seus colaboradores a fim de saber como corrigir falhas e ruídos no diálogo ,criando um padrão de comunicação de fácil entendimento para que seu cliente de imediato à compreenda, pois muitos dos clientes observados dentro da clínica são idosos e pessoas que não concluíram os estudos não têm linguagem rebuscadas. Observou-se que estes profissionais secretários se destacam dentre os demais da empresa, pois possuem inúmeros ressaltos durante a execução de suas atividades diárias, estes profissionais atuam como facilitador na troca de comunicação, atuando diretamente em importantes acordos.

Finaliza-se, que a comunicação é de suma importância faz parte dos direitos e competências do profissional que deseja atingir com eficiência e eficácia as metas organizacionais e profissionais. Proponho para o seguimento da pesquisa que se estenda o questionamento aos chefes, supervisores e coordenadores dos profissionais que exercem função de secretários para o conhecimento da sua opinião quanto a importância da comunicação.

THE IMPORTANCE OF PROFESSIONAL COMMUNICATION SECRETARIAT IN FRONT OF SOCIAL ISOLATION

ABSTRACT

This work aims to analyze the importance of communication of the Secretariat Professional against Social Isolation in a medical clinic located in the city of Teresina-PI. Communication is an essential factor for the individual to live in society, this communication being carried out in a clear way, enables a relationship of trust between both parties. The secretarial professional, with their vast knowledge in their daily tasks, seeks to improve their work environment, avoiding noise and problems

within the company. The work presented seeks the importance and how this professional can facilitate communication between the company and customers, in this delicate moment that society is experiencing in the period of social isolation due to the new corona virus, how this professional passes and receives information, avoiding noise and failures in the message. This work had field research, as it is characterized by investigations in which, in addition to bibliographical and/or documentary research, data is collected from people, methodologically as to the objective, it is a descriptive research, as the work described the situation, with the company Neurocentro located in the city of Teresina-PI. As for the research techniques, they were developed in two stages: the first observation in the working hours of professionals who work as professional secretaries with their clients, then questionnaires were applied with open and closed questions sent to the professionals' e-mail. who exercise the function of secretaries. As for the data collected, it was found that the professional who works as a secretary was important in the intermediary between company and client within the organization during the difficult time experienced with the pandemic. This work will serve as a parameter for future research sources.

Keywords: Communication. Secretarial Professional. Social Isolation.

REFERÊNCIAS

- BACKER, H. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1994.
- BACKES, Daniel; ARIAS, Maria ;STOROPOLI, José;RAMOS,Heidy. **Os efeitos da pandemia de Covid-19 sobre as organizações: um olhar para o futuro**. Revista Ibero- Americana de Estratégica. <https://periodicos.uninove.br/riae/article/view/18987/0> Acesso em 16 de set. 2021
- CAHEN, Roger. **Comunicação empresarial a imagem como patrimônio da empresa e ferramenta de marketing**. 9ª ed. São Paulo, Best-Seller, 302p. 2003.
- CALDAS, Priscyla. **Comunicação formal e informal**. 2009. Disponível no site:www.slideshare.net. Acessado no dia 19 de abril de 2021.
- CERVO, A. L; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Iniciação a Administração Geral**. 1. ed. São Paulo, 1989.
- CRUZ, Joelma Freire. **A Contribuição da Comunicação Verbal Exercida pelo Secretário Executivo para os Resultados Organizacionais**. 2011. 48 p. Monografia (Bacharelado em Secretariado Executivo) – FEAACS, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

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

Gil, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. Como elaborar projetos de pesquisa, 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. <http://e-revista.unioeste.br/index.php/linguaseletras/article/viewFile/13193/10642>. Acesso em: 05 de jan. de 2021.

KAPLAN, Burton. **Comunicação Estratégica: A arte de transmitir**. ed. original Rio de Janeiro: LCT – Livros Técnicos e Científicos Ed, 1993

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4ª ed. São Paulo: Summus, 2003.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003 .

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e Comunicação Organizacional: Um olhar estratégico sobre as organizações**. 2. ed. São Paulo: Difusão Editora, 2008.

MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação sem complicação**. Como simplificar a prática da comunicação nas empresas, Rio de Janeiro, ed. Elsevier, 2004.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo. São Paulo, 1996.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação empresarial**. São Paulo: Atlas, 1989.

MELO, V. P. C de. **A comunicação interna e sua importância nas organizações**. Universidade Tiradentes, 2006

NATALENSE, M.L. **A secretária do futuro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

NONATO JÚNIOR, Raimundo. **Epistemologia e Teoria do Conhecimento em Secretariado Executivo: A fundação das Ciências da Assessoria**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2009.

PORTELA, K. C. A. e SCHUMACHER, A. J. **Ferramentas do secretário executivo**. São Paulo: Editora Viena, 2006.

Reis-Filho, J. A., & Quinto, D. (2020). COVID-19, social isolation, artisanal fishery and food security: How these issues are related and how important is the sovereignty of fishing workers in the face of the dystopian scenario. SciELO Preprints, 1–26. doi: <https://doi.org/10.1590/SCIELOPREPRINTS.54>
Acesso em 07 de set. de 2021

RIBEIRO, Elisa. **A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa**. In: **Evidência, olhares e pesquisas em saberes educacionais**. Número 4, maio de 2008. Araxá. Centro Universitário do Planalto de Araxá.

RUGGIERO, Alberto Pirró. **Qualidade da comunicação interna**. Portal de Recursos Humanos, Publicado dia 08 de outubro de 2002. Disponível em: <<http://www.rh.com.br/>>. Acesso em 01 de dezembro de 2021

SEBRAE (2020). Unidade de Gestão Estratégica - **O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios** – 2ª edição. Recuperado em 14 de novembro, 2020, de https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%C3%A9rus-nas-MPE-2%C2%AAedicao_geral-v4-1.pdf.

SHAH, S. Sharing the world: **the researcher and the researched**. *Qualitative Research*, London, v. 6, n. 2, p. 207-220, 2006.

SILVA, Adelphino Teixeira da. **Administração básica**. 4ªed. São Paulo: Atlas, 2007.

TAVARES, Mauricio. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e pratica**. São Paulo; Atlas, 2007.v.

TSCHOHL, J. **Encantando totalmente o cliente**. São Paulo: Makron Books, 1996.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

WHO, World Health Organization. (2018c). **Mental health: strengthening our response**. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-healthstrengthening-our-response>
Acesso em 07 de set. de 2021.

ANEXOS**ANEXO 1****QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
– TCC**

1- Qual seu gênero?

() Masculino

() Feminino

2- Há quanto tempo atua como profissional de secretariado na empresa?

() Menos de 1 ano

() 1 ano

() 2 anos

() Ou mais de 2 anos

3- Qual a importância da comunicação no ambiente de trabalho?

() Bom

() Ótimo

() Regular

4- Conhece todos os instrumentos de comunicação disponíveis na clínica?
(whatsapp, call center, telemedicina, ouvidoria, facebook, instagram, neuro news, resultados online, app da empresa neuro centro).

() Sim

() Não

5- Os instrumentos oferecidos são eficientes?

() sim

() não

6- Ambas as partes estão satisfeitas com os instrumentos ofertados?

() sim

() não

7- Você acredita que conhecer minimamente o processo de comunicação influencia positivamente no seu atendimento?

() Sim

() Não

8- O processo de comunicação vem atendendo as demandas do seu setor?

() Sim

() Não

9- Quais os desafios que estão sendo enfrentados no seu setor, com relação a comunicação, frente a perspectiva da pandemia?

10- O que podemos melhorar na comunicação?
