Revista de Gestão e Secretariado

Revista de Gestão e Secretariado - GeSeC
e-ISSN: 2178-9010
DOI: 10.7769/gesec.v4i1.147
Organização: SINSESP
Editor Científico: Cibele Barsalini Martins
Avaliação: *Double Blind Review* pelo SEER/OJS
Revisão: Gramatical, normativa e de formatação

ENTRE "COLARINHOS BRANCOS": ALGUNS INDICATIVOS PARA A ATUAÇÃO PROFISSIONAL DE SECRETÁRIOS EXECUTIVOS EM REUNIÕES DE NEGÓCIOS EMPRESARIAIS

AMONG "WHITE COLLARS": SOME INDICATIVE FOR THE PROFESSIONAL PERFORMANCE OF EXECUTIVE SECRETARIES IN COMPANY BUSINESS ORIENTED MEETINGS

Marcos Pereira dos Santos
Doutorando em Educação pela Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG/PR
Professor do Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais – CESCAGE/PR
E-mail: **mestrepedago@yahoo.com.br** (Brasil)

Data de recebimento do artigo: 15/03/2013

Data de aceite do artigo: 03/05/2013

(cc) BY

ENTRE "COLARINHOS BRANCOS": ALGUNS INDICATIVOS PARA A ATUAÇÃO PROFISSIONAL DE SECRETÁRIOS EXECUTIVOS EM REUNIÕES DE NEGÓCIOS EMPRESARIAIS

RESUMO

Este artigo tem como principal objetivo apontar alguns indicativos úteis e práticos para a atuação profissional de secretários executivos em reuniões de negócios empresariais. Para tanto, inicialmente são apresentadas algumas definições conceituais de grupo social em sentido amplo. Em seguida, efetuamos comentários referentes às reuniões em grupo, enquanto atividade de cunho social. Por fim, busca-se fornecer algumas dicas auxiliares para a realização das atividades profissionais dos secretários executivos em reuniões de negócios empresariais, especificamente no que diz respeito ao cálculo de custos (tempo e dinheiro), à definição de objetivos e metas, escolha do local, utilização de equipamentos tecnológicos (recursos audiovisuais), estrutura os itens da pauta e redação final das atas, visando assim o alcance de resultados satisfatórios.

Palavras-chave: Reuniões de Negócios; Secretariado Executivo; Atuação Profissional.

AMONG "WHITE COLLARS": SOME INDICATIVE FOR THE PROFESSIONAL PERFORMANCE OF EXECUTIVE SECRETARIES IN COMPANY BUSINESS ORIENTED MEETINGS

ABSTRACT

This article has as main goal to point out some useful and practical indicative with respect to the professional performance of executive secretaries in company business oriented meetings. In order to reaching this goal, initially some conceptual definitions of social group in broad view are presented. After that, we point out comments concerning the group meetings, considering them as a social activity. Finally, we look forward to giving some useful tips for the accomplishment of the professional activities of the executive secretaries in company business oriented meetings, specifically concerning the calculation of costs (time and money), to the definition of objectives and goals while choosing the place, technological equipment to be used (audiovisual resources), structuring the agenda and writing of final documents, thus aimed at reaching satisfactory results.

Keywords: Business Oriented Meetings; Executive Secretariat; Professional Performance.

(cc) BY

1 INTRODUÇÃO

"Caso você mergulhe muito fundo em qualquer problema, irá sempre encontrar pessoas."

(Elton Mayo, 1987)

No tempo em que a ideologia liberal pregava a doutrina de que cada pessoa poderia, por seu próprio esforço e coragem, tornar-se sócio-proprietário de uma grande empresa, o fato de alguém estar na condição de empregado significava, segundo Whitaker (1985, p. 16), uma das duas hipóteses: "ou o cidadão era austero e econômico e estava guardando dinheiro para abrir seu próprio negócio; ou era um fracassado, incompetente e sem ambição, merecendo, portanto, a subalternidade que a sociedade lhe reservava". Tais avaliações eram feitas impiedosamente e representavam uma espécie de "colonialismo cultural" por parte da elite norte-americana.

Com o avanço do capitalismo monopolista, essa concepção foi substituída por outra: ao invés das antigas "virtudes" de audácia e empreendimento que caracterizavam os homens de negócios, temos hoje aconselhamentos acerca de pequenas e "maquiavélicas" manobras táticas para impressionar os chefes responsáveis pela promoção de seus empregados. Assim, ser empregado nos dias atuais, oferecendo o melhor de sua força de trabalho, seja ela braçal ou intelectual, não deve mais ser entendido como sinônimo de incapacidade ou falta de ambição. Ao contrário. É apenas a regra do jogo do mercado capitalista, vigente em tempos de globalização ascendente.

Nesse contexto, este artigo busca apresentar, de forma simples e objetiva, algumas dicas práticas e úteis para atuação direta e/ou indireta dos profissionais de Secretariado Executivo no desenvolvimento de reuniões formais visando à consecução de negociações comerciais de âmbito empresarial junto aos chamados "colarinhos brancos" – magnatas detentores de elevado capital financeiro que desempenham, na atualidade, apenas tarefas burocráticas e/ou de liderança no interior das empresas e no competitivo mundo dos negócios. (Gracindo, 1994)

(cc) BY

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 GRUPO SOCIAL: UM CONCEITO SINGULAR?

De acordo com Gonçalves e Perpétuo (2005, p. 20), um grupo social pode ser definido como um "conjunto de pessoas que são interdependentes na tentativa de realização de objetivos comuns, visando a um relacionamento interpessoal satisfatório". A busca da realização desses objetivos cria, no grupo, um processo de interação entre pessoas que se influenciam reciprocamente.

Num grupo, cada uma das pessoas ajuda as outras e é apoiada por elas, mas também surgem dificuldades causadas pelos outros, quer diretamente, quer por projeção de seus problemas sobre eles. A crença fundamental da democracia encontra-se alicerçada na dignidade do homem. Como resultado de tal credo, colocamos o processo de grupo como meio de governar nossa vida em quase todas as atividades.

Em todos os momentos, encontramos pessoas que trabalham em grupo para resolver seus problemas ou tomar decisões. Sindicatos, conselho de professores, equipes de trabalho, clube de jovens, associação de pais e mestres numa escola, comissão de finanças, diretoria de uma empresa entre outros exemplos, todos atuam como grupos democráticos, formais ou informais. Dizemos isso, porque a democracia caracteriza-se por depositar confiança no grupo.

Quando participamos de um grupo (sindical, político, religioso, esportivo, escolar, comunitário, de condomínio etc.), comprometemo-nos a ser solidários com os objetivos de nosso grupo e a participar de reuniões. Isso nos leva a uma conscientização mais nítida para assumir e desempenhar os objetivos do grupo, mesmo que estejamos em desacordo parcial com os métodos ou meios de ação a serem adotados. (Lima, 2001)

É fato que todos nós fazemos parte de grupos, mas cada pessoa age de uma forma diferente quando participa, por exemplo, de uma reunião de grupo; uma vez que fatores de ordem pessoal, situacional e circunstancial influenciam sobremaneira nesse processo.

2.2 REUNIÃO EM GRUPO: UMA ATIVIDADE SOCIAL

As reuniões são fundamentais no mundo dos negócios. Não é por acaso, portanto, que milhões delas acontecem todos os dias em empresas, escolas, hospitais, universidades entre outras instituições sociais. No entanto, para que uma reunião seja eficiente e produtiva, faz-se necessário planejá-la bem, prepará-la (emocional e tecnicamente) e executá-la utilizando estratégias

(cc) BY

específicas para tal fim e atentando para detalhes centrais – tais como a elaboração da pauta, a escolha do local de realização, a interpretação do que os participantes dizem e fazem entre outros fatores.

Mas, afinal, o que se entende por *reunião*?

Segundo Hindle (1999), qualquer encontro formal ou informal entre pessoas que têm como objetivo resolver um problema ou tomar decisões pode ser considerado uma reunião. As reuniões podem ser configuradas pelas conversas informais, contando com a participação de duas ou mais pessoas. Entretanto, a maioria das reuniões de negócios apresenta características formais, com hora e local antecipadamente determinados. Elas têm um propósito claramente definido, o qual aparece sintetizado em uma pauta (lista de tópicos a serem discutidos) que é divulgada com antecedência aos participantes.

Em outras palavras, isto significa dizer que as reuniões nos permitem:

> [...] compartilhar nossas ideias e experiências com os outros membros do grupo; participar ativamente na vida pública e coletiva; comprometer-nos pessoalmente com os resultados de decisões tomadas em equipe; assumir o meio em que estamos inseridos para uma formação coletiva no contexto de uma vida democrática; adotar determinada atitude em face de outros membros do grupo, dissimulando certos aspectos pessoais; desempenhar relações sociais verticais (superioridade de posição, *status*, liderança ou chefia) ou horizontais (igualdade de condições); perceber que, mesmo em grupo, cada pessoa é um ser particular apesar das diferenças nos modos de pensar e agir; bem como sentir que os grupos se estruturam em torno de lideranças, gerências ou chefias. (Minicucci, 2001, pp. 22-23)

2.3 REUNIÕES DE NEGÓCIOS EMPRESARIAIS: DICAS PARA ATUAÇÃO PROFISSIONAL DE SECRETÁRIOS EXECUTIVOS

Dentre as diversas atribuições cabíveis ao secretário executivo na atualidade (gestão de eventos, atendimento ao cliente, organização de cerimoniais – protocolo e etiqueta, gestão de marketing entre outras), compete também a esse profissional o assessoramento eficaz e eficiente em reuniões de negócios empresariais. Ele deve se mostrar atento e cuidadoso em relação a alguns fatores diretamente relacionados a elas, a saber:

(cc) BY

2.3.1 CÁLCULO DE CUSTOS

Reuniões formais custam tempo e dinheiro, pois são fatores extremamente valiosos. Sendo assim, as reuniões de negócios numa empresa devem ser efetuadas de modo objetivo e construtivo, apenas quando forem realmente necessárias. Dizemos isso, porque de acordo com Gianotto (1996, p. 40), "as melhores reuniões são aquelas que poupam tempo e dinheiro ao convocar as pessoas certas, que somam esforços com um propósito definido".

Há reuniões, no entanto, que acontecem desnecessariamente. É o caso, por exemplo, do costumeiro encontro de equipe, que muitas vezes acaba se transformando em um hábito, sem objetivo definido. O maior custo de qualquer reunião é geralmente o tempo gasto pelos participantes, desde ler com antecedência a pauta enviada pelo secretário executivo da empresa e preparar os documentos necessários até a presença no encontro em si. Se os participantes precisam efetuar viagens, esse é mais um fator temporal que precisa ser levado em conta.

Para evitar transtornos e estimar com certa precisão o custo total de uma reunião, é preciso seguir alguns passos:

> Primeiro some o salário anual de todos os participantes. Acrescente as despesas administrativas de suas respectivas empresas e divida o resultado pelo número de horas de trabalho por ano (horas de trabalho por semana multiplicado pelo número de semanas). Assim, você chegará ao custo por hora dos participantes somados. Adicione ainda outras despesas, como o aluguel da sala onde a reunião será realizada (se for o caso). O total obtido é o custo por hora da reunião. (Lemes, 1999, p. 26)

Além disso, é importante também avaliar o chamado "custo oportunidade", isto é, o que os participantes poderiam ter feito durante o momento da reunião e o quanto isso teria sido valioso para a empresa. Logo, cabe refletir com cuidado sobre esses custos antes de convocar uma reunião de negócios. Daí a importância do secretário executivo avaliar tais aspectos e apontar alternativas igualmente eficazes e menos dispendiosas.

2.3.2 DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS

Uma reunião pode ocorrer por várias razões diferentes. Não importa se estamos presidindo ou apenas participando dela. É preciso, pois, esclarecer e analisar com antecedência os reais propósitos do encontro. Em geral, os objetivos da maioria das reuniões de negócios se encaixam em pelo menos uma das seguintes categorias: "transmitir informações ou conselhos, divulgar

(cc) BY

instruções, lidar com reclamações ou arbitrariedades, tomar ou implementar decisões, gerar ideias criativas ou apresentar propostas para discussões e decidir sobre as mesmas". (Carlzon, 1992, p. 30)

Todavia, é importante que o secretário executivo informe, com antecedência, aos participantes da reunião se eles deverão tratar de algum assunto confidencial durante o encontro. Afinal, isso pode influenciar o modo como cada pessoa se comportará na reunião. Vale lembrar ainda que todos os itens confidenciais, porventura abordados, devem ser tratados como tais e o sigilo deve sempre ser respeitado fora da sala de reuniões. Se a pauta de reunião apresentar uma mistura de assuntos sigilosos e não sigilosos, é fundamental que a condição de cada item fique clara para os participantes, a fim de evitar problemas futuros e desnecessários.

Para que o secretário executivo possa refletir com cuidado e atenção sobre os fatores que fazem de uma reunião um sucesso e de outra um possível fracasso, algumas indagações se fazem necessárias:

1) Há alguma forma de resolver os assuntos da pauta sem a realização de uma reunião?
2) Os objetivos da reunião estão bem definidos e claros para os participantes?
3) É realmente necessário que todos os convocados participem da reunião até o final?
4) Será necessário e proveitoso para a reunião o uso de algum recurso audiovisual?
5) Além das pessoas que geralmente participam das reuniões, outras poderiam ser convocadas a fim de apresentarem alguma contribuição útil, eficaz e eficiente?

Portanto, com método, técnica e senso de perspicácia é possível estimar a viabilidade, o tempo de duração e as metas de uma reunião, bem como a tipologia mais conveniente a ser adotada em cada caso. Somente assim o encontro poderá ser bem-sucedido.

2.3.3 ESCOLHA DO LOCAL

As reuniões são atividades não singulares que, quando realizadas, devem ser aproveitadas ao máximo pelos participantes, no intuito de resolver, se possível, os problemas elencados de uma maneira ágil, fácil e simples.

Nesse sentido, a produtividade das discussões realizadas pode ser direta ou indiretamente comprometida se os participantes não se sentirem totalmente confortáveis ou se estiverem tratando de assuntos confidenciais em um local aberto, por exemplo. Portanto, a escolha de um local

(cc) BY

apropriado é condição fundamental para o alcance de êxitos e resultados satisfatórios esperados numa reunião (Cox, 1994). Em outros termos, isso significa dizer que é preciso associar o local de realização da reunião ao propósito dela.

A escolha de um local apropriado é de vital importância para o sucesso de uma reunião, seja ela formal ou informal. Para tanto, é aconselhável verificar se o local escolhido oferece condições de conforto e segurança a todos os participantes, inclusive para aqueles que, porventura, apresentem alguma deficiência física.

Fatores físicos referentes ao meio exterior também afetam substancialmente o desenvolvimento de uma reunião. Para que os participantes do encontro consigam melhor se concentrar, o barulho externo deve ser mínimo e o controle de temperatura (ar condicionado) eficiente. Atentar para essas questões torna-se, portanto, imprescindível para que a reunião não se torne uma atividade enjoativa e cansativa, mas, sim, produtiva.

2.3.4 UTILIZAÇÃO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS

Cabe ao secretário executivo verificar a real necessidade e a viabilidade de utilização de diferentes tecnologias midiáticas (telas de projeção de *slides*, retroprojetor, teleconferência, videoconferência, *webcams*, correio eletrônico, quadro digital, *chats*, fóruns e listas de discussão, gravador de voz, agenda eletrônica, *flip-charts* entre outras) para a realização de reuniões formais, tanto na modalidade presencial quanto na modalidade a distância (sistema virtual *on-line*).

Dizemos isso, porque as tecnologias de comunicação, definidas por Lévy (1996) como todo e qualquer aparato tecnológico capaz de veicular informações, permitem aos participantes de uma reunião empresarial ganhar tempo e socializar informações de forma mais rápida, precisa e objetiva; diminuindo, inclusive, distâncias de ordem temporal e espacial, dadas as diferenças de fusos horários, idiomas e culturas entre países. Basta observar, por exemplo, que:

> A troca de e-mails (electronic mails) permite a comunicação instantânea entre clientes e fornecedores, não importando o local onde eles estejam. O emprego disseminado do inglês, que pode se configurar, muitas vezes, como uma dificuldade para os habitantes de países de outras línguas na hora de estabelecer uma comunicação formal, torna-se um problema menor quando se faz uso do correio eletrônico, cujas mensagens devem ser curtas, simples, diretas e informais. (Setzer, 2001, p. 216)

É fato que os recursos audiovisuais e midiáticos são cada vez mais usados em reuniões e conferências de grande porte, objetivando proporcionar maior visibilidade aos participantes e enfatizar os assuntos em discussão. Sendo assim, há necessidade de verificar com antecedência se

(cc) BY

tais aparelhos estão funcionando adequadamente ou não, evitando assim futuros transtornos. Caso seja preciso, convém contatar um profissional especializado para fazer ajustes e/ou solucionar problemas de ordem técnica nos equipamentos a serem utilizados na reunião.

Vale destacar ainda que numa reunião é interessante oferecer aos participantes recursos acessórios básicos, como bloco de anotações e caneta (ou lápis) – inclusive com o logotipo da empresa impresso (publicidade institucional), para o registro de possíveis informações consideradas mais relevantes e significativas.

2.3.5 ESTRUTURA DA PAUTA

A melhor forma de garantir que os participantes convocados para uma reunião de negócios conheçam claramente os objetivos do encontro é enviar-lhes, com bastante antecedência, uma pauta simples, curta e objetiva contendo a lista de itens a serem postos em debate.

Mas, como definir a estrutura da pauta? Sobre essa questão, Albrecht (1993, p. 23) sugere que:

> Ao preparar a pauta de uma reunião, tente ordenar os tópicos a serem discutidos de forma lógica, agrupando os itens similares. Isso evita que discussões sobre o mesmo assunto se repitam. A pauta deve começar, por exemplo, com questões "caseiras", como a nomeação de um diretor da empresa e pedidos de desculpas por ausências, antes de avançar para a aprovação da(s) ata(s) do último encontro (se relevante) e a apresentação de relatório(s), se for o caso, daqueles que tiveram tarefas delegadas na reunião anterior. Os próximos pontos da pauta devem ser assuntos atuais sobre a empresa e o mercado financeiro (como o preço do dólar, as últimas contas financeiras e os números de vendas, por exemplo), os quais serão o ponto central da reunião. Por fim, preveja um tempo para a abordagem de "outros assuntos" pertinentes e para agendar a data, o horário e o local do próximo encontro. Em resumo: primeiro junte toda a informação relevante. Depois, selecione quais itens devem ser discutidos e com que profundidade (aqui pode ser útil, inclusive, consultar outros participantes sobre isso). Se houver muitos assuntos na listagem, estipule um limite de tempo para cada um, tomando o cuidado de limitar a pauta a uma folha de papel, caso seja possível.

Uma vez que você tenha rascunhado a pauta da reunião, é possível enviá-la, se for o caso, para outros participantes para que comentem, façam adendos ou simplesmente endossem. Isso significa que, caso seja preciso adicionar ou retirar itens de uma pauta já aprovada, é preciso o consentimento dos participantes. Eles provavelmente concordarão mais com retiradas do que com acréscimos, embora interesses particulares possam influenciar nas tendências.

É aconselhável nunca deixar para apresentar a pauta refeita na hora de entrar na sala de reuniões, exceto se for obrigado por eventos urgentes de última hora. O correto é distribuir aos

(cc) BY

convocados para a reunião a pauta final com a máxima antecedência possível, a fim de que eles possam melhor se preparar para as discussões. Tais cuidados se configuram, pois, como pontos favoráveis à atuação profissional do secretário executivo dentro das empresas. Fique atento!

Ademais, é importante alocar um prazo final para o cumprimento da pauta. Pesquisas desenvolvidas por Tarapanoff (1999) mostram que o período de atenção das pessoas aumenta nos primeiros dez ou quinze minutos de uma reunião e depois tende a diminuir continuamente até que o final esteja próximo, quando volta novamente a se elevar. Logo, "a duração de, aproximadamente, quarenta e cinco minutos é ideal para minimizar o problema da perda de atenção dos participantes numa reunião" (Hindle, 1999, p. 51). Daí a importância da pauta para coordenar as atividades e impor certo limite de tempo para cada item a ser discutido. Isso cria, pois, um clima de urgência e acelera os trabalhos em andamento.

2.3.6 REDAÇÃO DE ATA

As atas são elaboradas pelo secretário executivo como registro escrito do que foi discutido na reunião. É fundamental que contenham frases curtas, precisas e claras, que vão diretamente ao ponto. Devem ser redigidas de modo legível imediatamente após o término da reunião, segundo anotações pessoais e detalhadas realizadas pelo secretário e com base na ordem dos itens da pauta. Podem ser escritas utilizando-se letra cursiva ou de forma, a fim de que sejam compreensíveis também pelos convidados ausentes.

O secretário executivo é o responsável direto pela coordenação das atas de uma reunião, o que é uma importante função. No entanto, nada impede que, no caso de digitação das atas, essa tarefa administrativa seja delegada pelo secretário executivo a uma segunda pessoa, desde que ele (o secretário) supervisione o trabalho de redação cuidadosamente. (Lemes, 1999)

No que diz respeito ao seu conteúdo, as atas devem conter um registro de hora e lugar da reunião, os nomes dos participantes presentes e dos convocados ausentes, os tópicos abordados (excetuando-se os detalhes da discussão), os acordos efetuados, as decisões tomadas e as nomeações realizadas (se for o caso). Além disso, as atas também devem indicar claramente os prazos determinados para a implementação de projetos (se houver) e quem é responsável por sua execução. Depois de um período de tempo razoável, mas antes da próxima reunião, deve o secretário executivo analisar o progresso dos projetos e informar o presidente da reunião sobre a situação de cada um. Se necessário, tais itens devem ser recolocados na pauta do próximo encontro.

(cc) BY

Para tanto, é essencial que o secretário executivo se assegure de que as atas sejam imparciais, exatas e escritas em estilo claro e conciso. Dizemos isso, porque o fator exatidão é crucial, uma vez que as atas podem ser usadas como evidência em possível conflito posterior. Para evitar confusões de entendimento, recomenda-se que cada item da ata seja sequencialmente numerado para deixar nítido onde um ponto começa e outro termina. Caso as atas sejam longas, sugere-se então fazer um breve índice para facilitar a consulta.

Terminadas, enfim, as redações das atas, é aconselhável distribuí-las o mais rápido possível para todos os participantes da reunião, visto que "redigir atas não faz sentido algum se as decisões tomadas no coletivo não se transformarem efetivamente em ações concretas". (Machado, 2000, p. 25)

Sem a pretensão de esgotar o assunto em questão, faz-se profícuo salientar ainda que uma das primeiras tarefas do secretário executivo em qualquer reunião formal é ter a aprovação das atas do encontro anterior. Em geral, esse processo não demanda muito tempo. Todos os participantes da reunião devem concordar no sentido em que os registros foram feitos de forma precisa e fiel às discussões realizadas. O valor da ata como registro oficial acerca dos assuntos abordados e das decisões tomadas numa reunião é, portanto, algo bastante sério que merece o máximo de cuidado e atenção por parte de quem a redige e a aprova.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Na perspectiva de que o objetivo principal deste artigo pudesse ser efetivamente alcançado, a investigação da temática em pauta foi estruturada segundo uma abordagem qualitativa de pesquisa, tendo em vista o fato de que:

> Os investigadores qualitativos [...] se preocupam com o contexto. [...] Isto porque, a investigação qualitativa é descritiva e agrupa diversas estratégias de pesquisa que partilham determinadas características: os dados recolhidos são em forma de palavras ou imagens, e não de números. [...] Os resultados escritos da investigação contêm citações feitas com base nos dados para ilustrar e substanciar a apresentação. Os dados recolhidos são designados por *qualitativos* porque são ricos em pormenores descritivos [...], o que inclui [...] documentos pessoais, memorandos e outros registros oficiais. Na sua busca de conhecimento, os investigadores qualitativos não reduzem as muitas páginas contendo narrativas e outros dados a símbolos numéricos. Tentam analisar os dados em toda a sua riqueza, respeitando, tanto quanto o possível, a forma em que esses foram registrados ou transcritos. (Bogdan e Biklen, 1994, pp. 16 e 48).

(cc) BY

Além disso, a opção pela metodologia qualitativa de pesquisa encontra-se relacionada ao fato de esta "trabalhar com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo de relações, processos e fenômenos" (Minayo, 1994, pp. 21-22). Ou seja, essa abordagem enfatiza mais o *processo* do que o produto, tendo a preocupação de retratar a realidade tal qual ela se apresenta. Envolve a obtenção de dados descritivos, o que significa, na concepção de Pacheco (1995), que o objeto de estudo não é constituído apenas pelo comportamento, mas também pelas intenções do pesquisador e situações por ele vivenciadas. Mais do que a procura de relações entre processo e produto, busca-se, dessa forma, uma análise interpretativa e crítico-reflexiva dos significados e a sua influência na interação didática.

Contudo, apesar de prevalecer o caráter qualitativo na presente pesquisa, isto não significa dizer que ignoramos os dados quantitativos a ela relacionados, mesmo que de forma indireta, uma vez que eles ajudaram a enriquecer a apresentação, descrição e análise interpretativa da temática em estudo. Corroborando com Chizzotti (1998, p. 34), entendemos que "a pesquisa quantitativa não necessita ser oposta à qualitativa, mas ambas devem sinergicamente convergir na complementaridade mútua".

Nesse contexto, a tipologia de pesquisa que norteou as discussões apresentadas neste artigo foi a de cunho descritivo-exploratória analítica, visto que esta "observa, registra, analisa e correlaciona fatos (variáveis) sem manipulá-los, procurando assim descobrir, com precisão, a frequência com que um fenômeno ocorre, através de sua relação/conexão com outros" (Pádua, 1996, p. 49); bem como possibilita a descrição exata dos acontecimentos da realidade e a intervenção do pesquisador sobre ela na tentativa de transformá-la.

Para que fosse possível obter uma visão panorâmica acerca do objeto de investigação, buscamos efetuar um minucioso levantamento do arcabouço teórico existente, recorrendo, portanto, a livros e artigos científicos de revistas especializadas, a fim de obter, assim, informações úteis, relevantes e significativas à pesquisa em questão.

(cc) BY

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mudança! Nunca se ouviu falar tanto nessa palavra. Principalmente na última década da era contemporânea, o Brasil e outros países vêm tentando adaptar-se aos efeitos causados pelo fenômeno da globalização. Nesse novo ambiente, as empresas, mesmo sofrendo as pressões da sociedade e do mercado capitalista inovador, procuram se adequar às novas exigências sociais, reestruturando processos e elaborando planejamentos estratégicos empreendedores, de forma conjunta e muito mais consciente, em busca da qualidade total dos serviços e produtos oferecidos.

Para que seja possível o alcance de tal êxito, torna-se imprescindível, nos dias atuais, a figura do profissional de Secretariado Executivo dentro das instituições/organizações empresariais de médio e grande porte, executando nesse contexto as mais diversas atividades de cunho administrativo. Uma delas, diz respeito ao assessoramento direto na preparação e no desenvolvimento de reuniões de negócios empresariais, cuja responsabilidade ética e técnica se configura como fator primordial para a conquista de sucessos.

As reuniões são fundamentais para o progresso vital da empresa. São espaços coletivos especificamente determinados para a realização de debates, discussões, reflexões, negociações, trocas de experiências e conhecimentos, avaliações e reformulações tendo em vista lograr resultados satisfatórios. Elas se constituem em uma "atividade social de reformulação de comportamento e democratização de atitudes necessárias ao trabalho produtivo na empresa" (Minicucci, 2001, p. 17). Apenas as técnicas operacionais não são suficientes para o desenvolvimento de atividades grupais, pois são elementos complementares ao tratamento propedêutico de modificação de atitudes comportamentais.

Diante do exposto, entendemos ser interessante salientar que os indicativos apresentados neste artigo para a atuação profissional de secretários executivos em reuniões de negócios empresariais não são técnicas rígidas, "receitas prontas" que devem ser seguidas à risca, com *performances* preestabelecidas. Muito vale, em contrapartida, a iniciativa criativa e perspicaz por parte dos profissionais que dessas dicas farão uso, adaptando-as à realidade de cada empresa, às características do grupo de pessoas envolvidas e às exigências das reuniões a serem realizadas.

É preciso, pois, sentir-se encorajado, a fim de ultrapassar o limite da reflexão e partir para a *ação*. Então, vamos começar por nós? O momento é agora. Mãos à obra!

(cc) BY

REFERÊNCIAS

Albrecht, K. (1993). *A única coisa que importa:trazendo o poder do cliente para dentro de sua empresa.* São Paulo: Pioneira.

Bogdan, R. C. &Biklen, S. K. (1994). *Investigação qualitativa em educação:uma introdução à teoria e aos métodos.* Portugal: Editora Porto. (Coleção Ciências da Educação – vol. 12).

Carlzon, J. (1992). *A hora da verdade.*Rio de Janeiro: COP.

Chizzotti, A. (1998). *Pesquisa em ciências humanas e sociais*(3a. ed.). São Paulo: Cortez.

Cox, A. (1994). *O perfil do realizador.*Rio de Janeiro: Ediouro.

Gianotto, M. E. (1996). *Líder de mudança e grupo operativo.*Petrópolis: Vozes.

Gonçalves, A. M. & Perpétuo, S. C. (2005). *Dinâmica de grupos na formação de lideranças*(9a. ed.).Rio de Janeiro: DP & A.

Gracindo, R. V. (1994). *O escrito, o dito e o feito:educação e partidos políticos.* Campinas: Papirus.

Hindle, T. (1999). *Como liderar reuniões:seu guia de estratégia pessoal.* São Paulo: Publifolha. (Série Sucesso Profissional).

Lemes, T. (1999). *Reuniões:da pauta à ata.* São Paulo: Atlas.

Lévy, P. (1996). *O que é o virtual?*São Paulo: Editora 34.

Lima, A. B. (2001). *Trabalho em grupo:ferramenta para mudança.* Petrópolis: Vozes.

Machado, A. M. N. (2000). *Da fofoca à citação.*Porto Alegre: Laboratório de Escrita.

Mayo, E. (1987). *The human problems of an industrial civilization.* Nova York: Praeger.

Minayo, M. C. S. (1994). Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: _____. (org.). *Pesquisa social:teoria, método e criatividade* (9a. ed.). Petrópolis: Vozes, pp. 9-29.

Pacheco, J. A. (1995). *O pensamento e a ação do professor.*Portugal: Editora Porto.

Pádua, E. M. M. (1996). *Metodologia da pesquisa.*Campinas: Papirus.

(cc) BY

Minicucci, A. (2001). *Técnicas do trabalho de grupo:condução de reuniões, entrevista e estudo dirigido, mesa-redonda e estudo de casos, simpósio e conferência, organização de congressos* (3a. ed.). São Paulo: Atlas.

Setzer, V. W. (2001). *Meios eletrônicos e educação:uma visão alternativa.* São Paulo: Escrituras. (Coleção Ensaios Transversais – vol. 10).

Tarapanoff, K. (1999). O profissional da informação e a sociedade do conhecimento: desafios e oportunidades. In: *Revista Transinformação.*Campinas: Editora Páginas, vol. 11, n. 1, jan./abr.1999, pp. 27-38.

Whitaker, D. (1985). *A escolha da carreira.*São Paulo: Moderna. (Projeto Passo à Frente: Coleção Profissões – vol. 1).

(cc) BY