

Compartilhamento de Informações Sobre Secretariado Executivo: uma análise referente a produção de conteúdo no YouTube

Sharing Information About The Executive Secretariat: an analysis regarding the content production on YouTube

Laísa de Lima Fiuza Gomes¹ e Rodrigo Muller²

^{1,2}Universidade Federal da Bahia, UFBA

Como citar: Gomes, L. L. F. & Muller, R. (2024). Compartilhamento de Informações Sobre Secretariado Executivo: uma análise referente a produção de conteúdo no YouTube. *Connection Scientific Journal*, 6(1), 39-56. <https://doi.org/10.51146/csj.v6i1.75>.

Recebido em: 2024-02-22. **Aceite em:** 2024-08-21. **Publicado em:** 2024-09-22.



Resumo

Na sociedade contemporânea, o surgimento de novas formas e canais de comunicação, aliado às demandas cada vez maiores por informações qualificadas, apresentam para indivíduos, profissionais e organizações distintas maneiras de lidar com esse movimento informacional. No campo do secretariado, a informação em si é uma das bases da profissão. Por outro lado, no papel de criadores de informações e conteúdos sobre o próprio campo, profissionais de secretariado desbravam novas formas de criar e compartilhar informações e conhecimentos. Nesse contexto, esta pesquisa tem como objetivo geral examinar como a área de Secretariado Executivo se utiliza da plataforma YouTube como um canal de comunicação. A metodologia da pesquisa é de abordagem mista, envolvendo técnicas qualitativas e quantitativas, com análise de conteúdo de uma amostra de 100 vídeos disponíveis no YouTube sobre temáticas da área secretarial. Os resultados indicam que a área de Secretariado Executivo tem utilizado o YouTube de forma limitada e insipiente, com um crescimento significativo nos últimos quatro anos, embora as características gerais da área permitam um desenvolvimento mais ativo de conteúdos, seja pela multidisciplinaridade de temas que compõem o secretariado ou pelas competências desenvolvidas na profissão que podem ser exploradas na forma de conteúdos sobre a área. Os vídeos mais comuns são depoimentos e aulas, com uma linguagem e ambiente predominantemente formais. Os principais temas abordados são as atividades da profissão e as habilidades esperadas do profissional, com o objetivo de auxiliar na escolha profissional, exemplificar as atividades do Secretariado Executivo e divulgar cursos nessa área.

Palavras-chave: secretariado executivo, youtube, compartilhamento de informação.

Abstract

In contemporary society, the emergence of new forms and channels of communication, coupled with increasing demands for qualified information, presents individuals, professionals, and organizations with various ways to engage with this informational movement. In the secretarial area, information itself is one of the foundations of the profession. Additionally, as creators of information and content related to their field, secretarial professionals are exploring new ways to create and share information and knowledge. In this context, this research aims to examine how the Executive Secretariat field utilizes the YouTube platform as a communication channel. The research methodology employs a mixed approach, involving both qualitative and quantitative techniques, with a content analysis of a sample of 100 videos available on YouTube related to secretarial topics. The results indicate that the Executive Secretariat field has been using YouTube in a limited and nascent manner, with significant growth observed in the last four years. However, the general characteristics of the field suggest potential for more active content development, whether due to the multidisciplinary themes that compose the secretarial or the skills developed in the profession that can be explored for content creation. The most common types of videos are testimonials and classes, characterized by predominantly formal language and settings. The main topics addressed include the activities of the profession and the expected skills expected of professionals, aiming to assist in career choice, exemplify the activities of Executive Secretariat roles, and promote courses in this area.

Keywords: executive secretariat, youtube, information sharing.

No cenário contemporâneo, as formas e os canais de compartilhamento de informações têm crescido substancialmente, permitindo que indivíduos, profissionais e organizações assumam o papel de criadores de dados e informações, para além do papel tradicional de consumidores desses elementos. Isso, no entanto, demanda novas perspectivas para entender e atuar frente a esses novos movimentos informacionais.

Na esfera profissional, a área de Secretariado Executivo (SE) - que se utiliza da informação como uma das bases da profissão - encontra uma nova possibilidade de ampliação da criação e do compartilhamento de informações sobre seu próprio campo.

De outra parte, diante da ampla popularização das novas formas de criação e compartilhamento de informações, aumento do uso de redes sociais e de novos canais de comunicação, o YouTube surge como uma mídia que possibilita múltiplos usos, tanto para criação e compartilhamento, como para buscas sobre temas específicos. Face ao exposto, e considerando que no campo secretarial a informação em si é uma das suas bases de atuação (Nonato Junior, 2009), surge um questionamento relevante acerca da maneira como o SE utiliza o YouTube como canal de comunicação e fonte de informações. A massificação das plataformas digitais levanta a questão sobre como essa área específica se apropria desse espaço virtual para compartilhar informação e conteúdos pertinentes para o seu próprio campo.

Dessa maneira, o objetivo geral deste trabalho é examinar como a área de Secretariado Executivo se utiliza da plataforma YouTube como um canal de comunicação. Os objetivos específicos são: a) levantar conteúdo sobre SE no YouTube; b) categorizar os temas tratados nos vídeos; e c) discutir como o SE se apropria do YouTube como canal de comunicação.

Esta pesquisa surge devido à ausência de estudos acadêmicos sobre o compartilhamento de informações em SE no YouTube, visando compreender como essa área utiliza o YouTube como canal de comunicação e fonte de informações. Essa proposta investigativa pode incentivar outros estudantes e profissionais a explorarem o tema, que é relevante para a divulgação do curso e da profissão. A discussão da escassez de material sobre o assunto é importante para compreender os desafios enfrentados pelos profissionais e estudantes de SE em relação a essa temática.

Em resumo, a estrutura deste trabalho é iniciada com a introdução, onde ocorre a contextualização do problema, apresentação do tema, objetivos, justificativa e estrutura do texto. Em seguida, também consta o referencial teórico, procedimentos metodológicos aplicados com a estratégia de análise dos dados, seguida da sua apresentação e discussão. Por fim, encerra-se com as considerações finais e apresentação das referências utilizadas no texto.

Referencial Teórico

O uso do YouTube para Compartilhamento de Informações e Conhecimento

Os anos recentes, em especial a partir da popularização da internet na década de 1990, têm se configurado como integrantes de uma chamada Sociedade da Informação (Castells, 2001), período esse em que a presença de Tecnologias da Informação e de Comunicação (TICs), aumento do uso da internet e da comunicação mediada pelas

TICs, bem como o surgimento de redes de pessoas e organizações têm ocasionado alterações nas formas de criação e de compartilhamento da informação.

A evolução da web, desde a 1.0 até a 3.0, resultou em mudanças na forma como o ser humano interage e compartilha informações. Como característica central, o período da Web 1.0, entre 1995 e 2005 (aproximadamente), era de uma web estática apenas com informações sendo publicadas por organizações e lidas pelos usuários. O período da Web 2.0, entre meados dos anos 2000 e 2010, caracterizada como uma web social, onde pessoas passaram a compartilhar informações umas com as outras por meio de sites, blogs, redes sociais e outras formas de compartilhamento de informações. Já a Web 3.0, a partir dos anos de 2010, traz uma proposta de web semântica, com potencial para conteúdos gerados por buscadores e algoritmos possuindo significado e contexto, de forma que a humanização nas comunicações e processos virtuais passa a ser um dos focos do período. O espaço virtual, nesse processo de transformação da web e de seus usuários, tornou-se um ambiente de difusão e interação entre pessoas, permitindo a construção coletiva de conhecimento e propiciando aos indivíduos tornarem-se também criadores de informações em espaços virtuais (Gil, 2014).

Esse contexto acaba por modificar a maneira como os usuários interagem com essas redes, começando pelos meios por onde as pessoas buscam informação, saindo do meio físico e adentrando o meio eletrônico. O lado positivo dessa relação é a conectividade com usuários que não precisam compartilhar o mesmo espaço físico, ou seja, a informação pode ser compartilhada ao redor do mundo, dependendo apenas do interesse do usuário em determinado assunto.

Nesse cenário, a forma de compartilhar informações e conhecimentos é influenciada pelo grande fluxo de dados e informações disponíveis. A internet, juntamente com as redes sociais, ampliou a capacidade de compartilhamento de informações, desafiando os indivíduos a filtrar e interpretar os conteúdos disponíveis para construir um conhecimento sólido e confiável. Isso muda, inclusive, as formas de comunicação e de relacionamento, conforme já indicava Castells (2001).

No espaço virtual, os usuários têm a oportunidade de discutir e acessar dados sobre variados temas, selecionando suas fontes de informação. No entanto, é essencial discernir informações precisas, evitando fontes não confiáveis e distorções. Esse novo desenvolvimento informacional baseado nas TICs e no uso da internet como suporte permite a construção autônoma do conhecimento em várias bases, como redes sociais *on-line*, *sites*, *blogs*, repositórios e outros canais de comunicação, como é o caso do YouTube.

De acordo com Oliveira (2016), trata-se de uma plataforma de compartilhamento de conteúdo audiovisual, tornando-se uma ferramenta pedagógica com ampla disseminação de informações. A plataforma tem alcance global, com disponibilidade em mais de 100 países e suportando 80 idiomas (Think With Google, 2017). No Brasil, mais de 120 milhões de usuários com mais de 18 anos acessam o YouTube mensalmente em diversos dispositivos (Think With Google, 2022).

Os vídeos são uma maneira rápida e eficaz de transmitir mensagens e são amplamente compartilhados nas mídias sociais, sendo especialmente úteis para explicar conceitos complexos. Além disso, o YouTube oferece uma

alternativa aos métodos tradicionais de compartilhamento de informações, como palestras, podcasts e notícias. Os usuários podem criar canais próprios para compartilhar seus trabalhos e receber *feedback* do público, o que pode aumentar a qualidade do conteúdo.

Oliveira (2017) destaca como o YouTube cria a possibilidade de democratização ao acesso à informação, alcançando diversas camadas da população devido ao baixo custo de interação. A plataforma se mostra, nesse sentido, poderosa para o compartilhamento e construção de conhecimento na atualidade. No contexto do processo de construção do conhecimento, a interação entre os sujeitos é fundamental para a apropriação dos conteúdos acessados (Gomes, 2008). O YouTube, à vista disso, oferece um espaço de intercâmbio de informações e compartilhamento de ideias por meio da seção de comentários.

Para entender melhor o compartilhamento de informações no YouTube, com foco específico no objeto de análise dessa pesquisa, é importante levantar e classificar os vídeos relacionados ao SE, além de identificar os temas tratados. Ademais, é relevante discutir como ele se apropria do YouTube como canal de comunicação, visto que não é uma prática comum nessa área e essa maior ou mais adequada apropriação pode contribuir para a construção do conhecimento e para maior disseminação de informações sobre o campo.

O YouTube como canal de Comunicação e Compartilhamento de Informação no Secretariado Executivo

O profissional de Secretariado Executivo utiliza ferramentas tecnológicas desde os primórdios da profissão, contemplando mais recentemente a época da máquina de escrever e do papel carbono, passando pelos microcomputadores, *e-mails* e assistentes de voz. Essas e outras ferramentas são usadas até hoje para facilitar e tornar o desempenho de suas funções mais fluido, proporcionando ganho de tempo, autonomia e controle de tarefas (Adelino & Silva, 2012).

A tecnologia tem permitido a expansão da informação e o desenvolvimento de conhecimento em diversas áreas, incluindo o Secretariado. Atualmente, profissionais de secretariado executivo trabalham remotamente, oferecendo assistência, secretaria e assessoria virtual, além de participar da organização de eventos totalmente remotos, a exemplo dos científicos, encontros e cursos (Moura, 2021).

A formação do profissional de Secretariado Executivo também inclui o uso de tecnologias, com disciplinas como competência informacional, informática, tecnologia da informação aplicada, automação de escritórios, e planejamento de sistemas da informação na grade curricular da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e Universidade Estadual de Londrina (UEL), por exemplo.

Conforme já apontado por autores como Nonato Júnior (2009) e Sabino e Marchelli (2009), o campo do Secretariado se constitui como uma área multi e interdisciplinar, utilizando-se de conhecimentos de várias áreas do saber para formar profissionais com visão sistêmica das organizações, capacidade de raciocínio lógico, tomada de decisões e com capacidade para assessorar pessoas e organizações com o desenvolvimento de atividades das rotinas administrativas e secretariais. Para tanto, habilidades técnicas, comportamentais e humanísticas se fazem necessário, de forma que a formação em Secretariado Executivo contempla diversos aspectos do saber no campo das Ciências Sociais Aplicadas.

De outra parte, no que se refere a busca por conteúdos e informações relacionados à área de Secretariado Executivo pode ser feita em canais oficiais, como sites de instituições de ensino, e em canais não-oficiais, produzidos por pessoas com experiência e interesse na área. Os canais oficiais são mais formais e estruturados, enquanto os não-oficiais são mais informais e possibilitam interação em tempo real, especialmente em redes sociais.

O YouTube, por ser um meio popular e de fácil utilização, é uma plataforma onde se pode encontrar uma variedade de vídeos relacionados ao Secretariado Executivo produzidos por pessoas de diferentes regiões e com diversas conexões com a área. Esses vídeos podem apresentar informações formais ou informais sobre a profissão, refletindo a interdisciplinaridade presente na formação desse profissional. Em complemento, a demanda por teorias voltadas para o secretariado pode ser um dos motivos para o crescimento da produção de conteúdo relacionado no YouTube.

No que tange à área secretarial, é importante pensar no posicionamento do profissional no YouTube, ou seja, como as informações sobre o campo em questão estão sendo divulgadas nas mídias virtuais. Com a dinamicidade que essas mídias trazem, o processo de aprendizagem e difusão da informação acaba se tornando mais dinâmico também. Nesse sentido, a busca por informação e conhecimento acontece a qualquer momento e através de diferentes meios, incluindo o recebimento de informações mesmo de maneira não intencional.

Dessa maneira, o YouTube pode se tornar uma valiosa ferramenta para divulgação de informações e conhecimento secretarial, permitindo acesso a conteúdo compartilhado há muito tempo e servindo também como primeiro contato com o curso de Secretariado Executivo para muitas pessoas. A habilidade de comunicação e inovação é essencial para o profissional da área na era da informação, habilidade essa relacionada à interação que vai além do envio e recebimento de mensagens, passando pela decodificação e interpretação da mensagem, porém na sociedade da informação é necessário conseguir fazer a triagem de toda a informação recebida e verificá-la (Delfino, Pinho Neto & Sousa, 2019).

Em suma, a tecnologia tem papel fundamental no apoio ao profissional de Secretariado Executivo, desde sua formação até o desenvolvimento de suas atividades. A interdisciplinaridade presente na área (Nonato Júnior, 2009) contribui para a diversidade de conteúdo encontrado no YouTube, tornando a plataforma uma importante fonte de divulgação de conhecimento e um meio de interação com o público interessado na área.

Procedimentos Metodológicos

Essa pesquisa é classificada como aplicada, pois busca gerar conhecimentos para solucionar ou entender problemas específicos e, nesse caso, o estudo foi direcionado para investigar um fenômeno dentro do campo do SE. Com caráter exploratório, quando se busca obter mais informações sobre um campo ainda pouco explorado, o estudo utilizou um método misto, combinando abordagens qualitativas e quantitativas na coleta e análise dos dados (Prodanov & Freitas, 2013).

A coleta de dados primários foi realizada por meio de um levantamento de vídeos no YouTube, visando compreender os objetivos, as características e motivações por trás do compartilhamento de conhecimento.

Para entender o comportamento dos vídeos relacionados ao SE, fez-se uma seleção e visualização da amostra pelos pesquisadores, seguida de uma análise sobre como a área utiliza o YouTube como plataforma de divulgação.

A amostra consiste em vídeos relacionados ao SE na plataforma YouTube, selecionados de forma intencional para representar um subgrupo relevante. Não é possível definir a população total de vídeos no YouTube, pois a plataforma não disponibiliza esses dados. Dessa forma, a pesquisa foi conduzida em uma guia anônima do navegador de internet para evitar a personalização dos resultados de busca por meio de *cookies* e registros de navegação anteriores, o que pode enviesar os resultados do algoritmo do buscador. A palavra-chave “secretariado executivo” foi utilizada para localizar conteúdo relevante nos vídeos do YouTube. Os critérios de busca incluíram o filtro de relevância do YouTube e o tipo de conteúdo selecionado como vídeo. Após essa busca e aplicados os critérios informados, a plataforma retornou milhares de resultados, de forma que se optou por uma amostragem intencional e por conveniência, definindo-se os 100 (cem) primeiros vídeos apresentados na busca, considerando que a ordem de apresentação dos resultados respeitou os critérios de relevância da própria plataforma.

Cabe salientar que o filtro de relevância do YouTube é influenciado por seu algoritmo, que considera o desempenho do vídeo (cliques, tempo assistido, interações, popularidade, frequência de envio e tempo da sessão) e dados de personalização (canais, tópicos e envolvimento com vídeos já assistidos pelo usuário) (YouTube, 2022).

A pesquisa adota o método da pesquisa documental para identificar os materiais a serem analisados e a técnica de análise de conteúdo na perspectiva de Bardin (2011) para analisar e compreender os materiais disponíveis sobre Secretariado Executivo no YouTube. Durante o levantamento, foram coletadas informações sobre o conteúdo dos vídeos, levando em consideração o contexto, o público-alvo e a intenção por trás de sua divulgação. A análise do conteúdo foi realizada por meio da visualização dos vídeos para categorizar os temas abordados e compreender como os profissionais da área utilizam o YouTube.

Com base na análise de conteúdo apresentada por Bardin (2011), a estratégia de análise aplicada nessa pesquisa foi dividida em três etapas: 1) pré-análise; 2) exploração do material; e 3) interpretação. A primeira etapa foi realizada com base nos 100 (cem) primeiros vídeos que apareceram na busca na plataforma foram assistidos e analisados a partir de critérios previamente determinados. Para a análise dos vídeos selecionados foram considerados critérios como: autor, número de inscritos no canal, formato do vídeo, linguagem, ambiente, tema, objetivo, título, palavras-chave, tempo de duração, data de publicação, número de curtidas e comentários. Todos os vídeos passaram por esse processo de categorização e tabulação e ao final do processo de análise foi possível extrair informações e estatísticas da amostra selecionada.

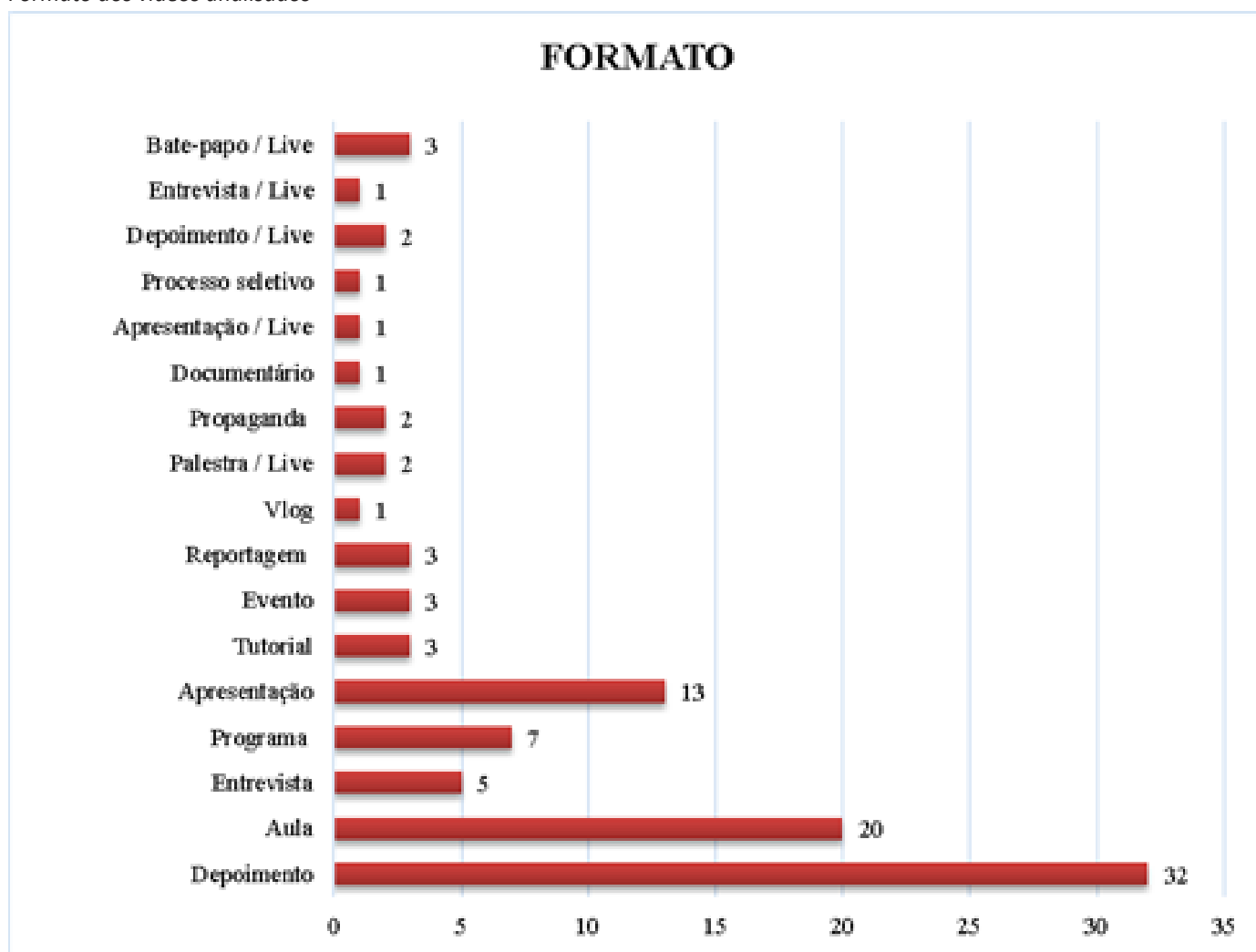
Na exploração do material, buscou-se categorizar e classificar os vídeos, com o objetivo de compreender quais os assuntos são tratados no *corpus* de materiais analisados, as principais características e dividir nos respectivos grupos temáticos idealizados na primeira etapa. As categorias delimitadas foram: Formato, Tipo, Tema, Objetivo do Compartilhamento e Linguagem. Já na terceira etapa, interpretação e inferências, o conteúdo analisado foi discutido à luz da literatura consultada para esse trabalho, conforme apresentado na próxima seção.

Resultados e Discussões

A apresentação dos dados deste trabalho é baseada no referencial teórico e na pesquisa documental, que envolveu a coleta e análise de 100 vídeos no YouTube, seguindo critérios específicos descritos nos Procedimentos Metodológicos. Nesta seção, os dados são interpretados em relação a cada tópico analisado. Um dos primeiros aspectos examinados foi o formato dos vídeos, ou seja, o estilo adotado pelos criadores de conteúdo. Os resultados estão apresentados na Figura 1, a seguir.

Figura 1

Formato dos vídeos analisados



Nota: Elaboração dos autores com base em dados da pesquisa (2022).

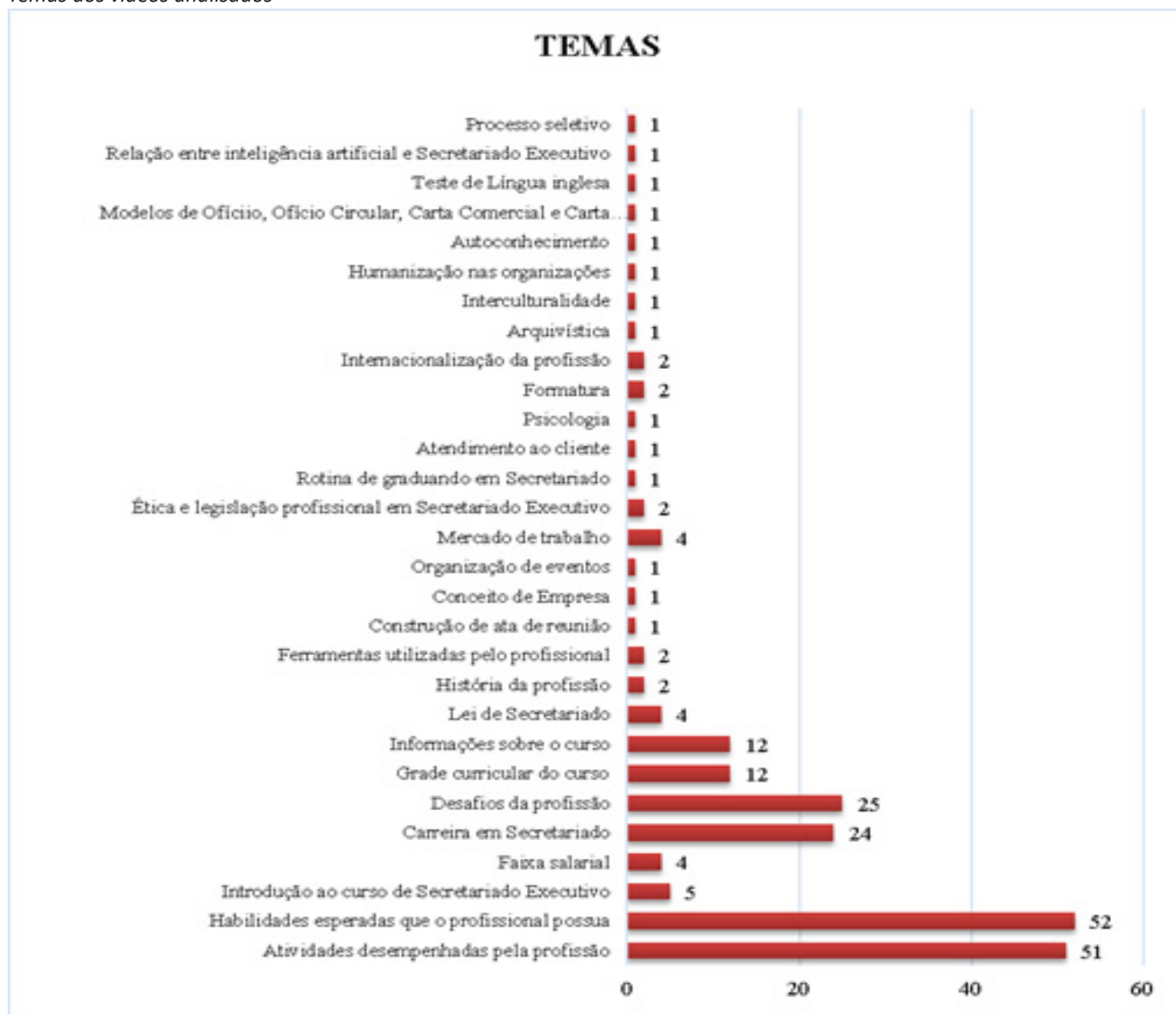
A maioria dos vídeos possui o formato de depoimento, seguido por aula e, em terceiro lugar, apresentação. A predominância do formato de depoimento sugere que os criadores de conteúdo têm como objetivo compartilhar informações sobre a área de Secretariado Executivo por meio de suas experiências e opiniões pessoais. Isso também influencia a linguagem utilizada nos vídeos.

Nesse sentido, ela foi classificada em duas modalidades: linguagem formal, que segue a norma padrão, e linguagem informal, caracterizada pelo uso de gírias e regionalismos. Apesar de ser uma plataforma considerada informal devido à diversidade de temas abordados, constatou-se que 86% dos vídeos analisados utilizam linguagem

Outro elemento de análise foi a temática apresentada nos vídeos analisados, conforme Figura 3:

Figura 3

Temas dos vídeos analisados



Nota: Elaboração dos autores com base em dados da pesquisa (2022).

Durante a análise dos vídeos, os temas mais abordados foram as atividades desempenhadas pela profissão de Secretariado Executivo e as habilidades esperadas desse profissional, presentes em mais da metade dos vídeos. Os criadores de conteúdo buscam reforçar o papel do profissional e as competências necessárias dentro do contexto organizacional.

Os temas observados nos vídeos analisados, de um modo geral, demonstram a interdisciplinaridade do campo do SE, como já mencionado anteriormente e comprovado por Nonato Júnior (2009) ao evidenciar que o conhecimento se dá por meio de redes, reproduzindo conhecimentos da vida humana, assim como através dos temas interdisciplinares que compõem a área em questão, caracterizada como multidisciplinar.

Outro ponto analisado foi o objetivo do compartilhamento dos vídeos, conforme a Figura 4. A partir dos dados apresentados, pode-se observar os diversos objetivos para compartilhamento dos vídeos analisados,

destacando-se, principalmente, a divulgação do curso de SE, seguida pela exemplificação das atividades realizadas pelo profissional e auxílio no processo de escolha profissional. Independentemente do objetivo específico, é evidente que todos os vídeos acabam divulgando o curso de Secretariado Executivo.

Figura 4

Objetivo de compartilhamento dos vídeos analisados



Nota: Elaboração dos autores com base em dados da pesquisa (2022).

Dentre as categorias apresentadas Figura 4, a categoria “Outros” se subdivide em 24 objetivos de compartilhamento com apenas uma ocorrência cada. Alguns exemplos são: ‘trazer informações sobre o curso’, ‘informações técnicas sobre as funções da secretária’, ‘características do novo perfil profissional de Secretariado Executivo’, ‘funções desempenhadas pelo profissional de Secretariado’, ‘estrutura e funcionamento de uma empresa’, ‘informações básicas de inglês aplicado ao Secretariado’, ‘cerimonial e protocolo’, ‘planejamento e processos empresariais’, ‘visão do gestor sobre o profissional de Secretariado Executivo’, ‘desenvolvimento de competências’, ‘discussões em eventos de Secretariado Executivo’, ‘experiências pessoais no campo secretarial’ etc.

Figura 6

Ano de publicação dos vídeos analisados



Nota: Elaboração dos autores com base em dados da pesquisa (2022).

O número de vídeos divulgados entre 2009 e 2018, dentre a amostra de 100 analisados, totalizou 36. Porém, a grande maioria dos vídeos (64) foi postada entre os anos de 2019 e 2022, o que evidencia a juventude da iniciativa de difundir informações sobre Secretariado Executivo no YouTube. Esse aumento significativo nos compartilhamentos pode estar relacionado ao acesso mais amplo das mídias digitais por diferentes camadas da sociedade, permitindo que estudantes, professores e profissionais compartilhem informações sobre o curso de maneira igualitária.

É importante salientar que a partir do final de 2019 teve início a pandemia da Covid-19, que levou à adoção do *lockdown* em vários países, resultando em mais pessoas passando tempo dentro de suas residências, estudando no modelo a distância e trabalhando em *home office*. Isso, por sua vez, intensificou o uso de ferramentas digitais e pode ter contribuído para o aumento da produção de conteúdo virtual nesse período.

Apesar da recente iniciativa de compartilhar informações sobre a área secretarial, é notável a relevância do tema, sendo que 55% dos vídeos analisados possuem mais de mil visualizações. Além das visualizações, podem ser observadas formas de interação com o conteúdo. A influência do desenvolvimento da web 3.0 impactou a maneira como as pessoas interagem com a internet, conforme indicado por Gil (2014) e com base nos dados observados no *corpus* de análise dessa pesquisa. Dos vídeos analisados na amostra, apenas 3 não possuem nenhuma curtida, enquanto os outros 97 possuem curtidas, subdividindo-se em 81 com 500 curtidas ou menos e 16 com mais de 501

curtidas. Esse resultado permite inferir que há interesse dos usuários em demonstrar que o conteúdo agrada, já que as curtidas são elementos vistos de maneira positiva nas mídias digitais.

Todos os vídeos analisados permitem que os usuários realizem comentários, com exceção de apenas 3 vídeos nos quais a seção de comentários foi desabilitada pelo criador. Além disso, observa-se que, dos 100 vídeos analisados, 67 possuem comentários, o que indica que os usuários que consomem esse tipo de conteúdo têm interesse não apenas em assistir, mas também em interagir por meio dos comentários. Dessa forma, os usuários participam ativamente do compartilhamento de informações, permitindo um intercâmbio de recursos de forma direta e “igual para igual” entre vários usuários, o que reforça o conceito de Web 3.0.

Considerações Finais

O avanço tecnológico ao longo dos anos proporcionou aos indivíduos ferramentas que facilitam atividades rotineiras, tanto em casa como no trabalho. Dentre essas ferramentas, as relacionadas com a criação e o compartilhamento de informações recebem destaque, como é o caso do YouTube, plataforma que ganhou destaque nos últimos anos em função das inúmeras possibilidades de utilização e dos altos volumes de dados compartilhados. Dentre os vários grupos de pessoas e atividades modificadas, o campo do Secretariado Executivo também passou por transformações em suas formas de trabalho e vem explorando espaços e formas de compartilhamento de informações sobre o próprio campo. A partir dessa junção, neste estudo, buscou-se examinar como essa área se utiliza da plataforma YouTube como um canal de comunicação.

Como mencionado anteriormente, as TICs têm sido um fator chave na expansão da informação e na construção de conhecimento, afetando significativamente a área secretarial de diversas maneiras. Além das ferramentas digitais conhecidas, que auxiliam o cotidiano do profissional de Secretariado (Adelino & Silva, 2012), as plataformas de compartilhamento de informações também desempenham um papel importante, embora nem sempre sejam vistas estrategicamente como meio de divulgação acadêmica, de informações sobre a profissão ou de cursos superiores na área. Nesse contexto, o YouTube se destaca como uma ferramenta que possibilita a disseminação de informações sobre SE.

Após a análise dos vídeos selecionados e dos dados extraídos deles, algumas discussões podem ser feitas sobre como a área de SE se apresenta no YouTube. É importante destacar que nem todos os vídeos são criados por profissionais ou estudantes de Secretariado Executivo, o que abre espaço para a divulgação de informações incorretas sobre o curso e a profissão, podendo reforçar estereótipos já presentes ou criar novos.

A análise dos temas abordados nos vídeos revela a multidisciplinaridade trabalhada no curso de SE, conforme já apontado por Nonato Júnior (2009) e Moura (2021). Essa multidisciplinaridade é refletida na matriz curricular do curso, que abrange áreas como Administração, Psicologia, Arquivologia, Letras, Matemática, Ciências Jurídicas, entre outras.

Os comentários deixados pelos usuários nos vídeos mostram que muitos deles têm seu primeiro contato com o curso e a profissão de secretário(a) executivo(a) por meio dessas mídias. Alguns usuários buscam orientação para sua escolha profissional ou acessam as aulas disponíveis no YouTube, mesmo sem certificação oficial de

instituições de ensino, como é possível observar ao ver as interações de vídeos categorizados com formatos de depoimento e elaborados por estudantes, profissionais ou outros criadores ligados à área. Isso levanta a questão sobre o tipo de conteúdo compartilhado e replicado por pessoas que atuam na área de secretariado sem a certificação adequada ou formação na área, uma vez que os usuários que buscam informações sobre a profissão podem ter os vídeos divulgados no YouTube como principal fonte de informação e os criadores de conteúdo, conforme observado nos vídeos analisados, nem sempre possuem formação completa ou mesmo a formação no campo secretarial.

Além disso, foi possível identificar uma colaboração entre profissionais de SE, em que criadores de um canal aparecem em vídeos de outros canais, fortalecendo e divulgando a área e reforçando os conceitos de uma web de interações entre usuários. Essa colaboração também pode ser vista nas produções de instituições oficiais, como universidades que divulgam esse curso por meio de vídeos sobre a grade curricular, entrevistas com graduandos e palestras da área. A plataforma do YouTube oferece a oportunidade de alcançar diversos públicos, incluindo os mais populares (Oliveira, 2017), tornando-se um meio de propaganda e promoção para as instituições e seus cursos, além de promover o conhecimento sobre o SE.

Dessa maneira, em resposta ao objetivo geral da pesquisa, é possível perceber que a área de Secretariado Executivo tem utilizado o YouTube como canal de comunicação com maior ênfase nos anos mais recentes, embora ainda de forma insipiente, construindo um ambiente em que temáticas relacionadas a área possam ser difundidas e discutidas.

Ao analisar os vídeos, pode-se notar que o protagonismo feminino é evidente na profissão de secretário(a) executivo(a), já que a maioria dos vídeos é produzida e compartilhada por mulheres. Esse fato corrobora a percepção geral de que a área é predominantemente feminina, adicionando mais um elemento à discussão de gênero dentro da categoria profissional de secretariado.

Em conclusão, a análise dos vídeos selecionados evidencia a possibilidade de maior utilização de canais digitais para comunicação e compartilhamento de informações, considerando a natureza multi e interdisciplinar do SE. A diversidade de disciplinas que compõem o curso permite o desenvolvimento de conhecimentos e competências em várias áreas, o que pode ser aproveitado para uma maior divulgação do conteúdo, práticas e informações relacionadas ao campo secretarial.

Através da análise dos dados, foi constatado que a utilização da plataforma pela área de SE foi pouco efetiva até 2018, com um crescimento significativo de compartilhamento de vídeos apenas a partir de 2019, possivelmente impulsionado pela popularização da mídia e a pandemia da Covid-19 que levou ainda mais pessoas a utilizarem canais digitais para criar, compartilhar e/ou acessar informações.

Como limitações do estudo, pode-se apontar a abordagem de análise que pode não contemplar todas as nuances pretendidas nas comunicações realizadas pelos criadores de conteúdo. Além disso, o número de documentos analisados pode não representar toda a população de vídeos sobre o tema, de forma que os resultados não podem ser generalizados, embora permitam uma aproximação com a temática. Em função da

contemporaneidade do tema trabalhado, recomenda-se para trabalhos futuros: 1) determinar quais as possíveis implicações do uso de ferramentas de compartilhamento de informações, como o YouTube, para o profissional de Secretariado Executivo; 2) aprofundar as pesquisas sobre a importância da divulgação e presença do Secretariado Executivo no meio digital; 3) determinar quais temas secretariais possuem lacunas de conteúdo e se há algo que possa ser feito para mudar este quadro.

Referências

- Adelino, F. J., & Silva, M. A. V. (2012). A Tecnologia da Informação como Agente de Mudança no Perfil do Profissional de Secretariado. *Revista De Gestão E Secretariado*, 3(2), 05–23. <https://doi.org/10.7769/gesec.v3i2.165>.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Castells, M. (2001). *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. v. 1. 5. ed. São Paulo: Paz e terra.
- Delfino, S. S., Pinho Neto, J. A. S., & Sousa, M. R. F. (2019). Desafios da sociedade da informação na recuperação e uso de informações em ambientes digitais. *RDBCI: Revista Digital De Biblioteconomia E Ciência Da Informação*, 17, 1-16. <https://doi.org/10.20396/rdbci.v017i0.8655973/e019036>.
- Gil, H. (2014). A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma «humanização» em contexto educativo. *Educatic: boletim informativo*, 5, 1-2. <http://hdl.handle.net/10400.11/2404>. Acesso em 24 de setembro de 2022.
- Gomes, H. F. (2008). A mediação da informação, comunicação e educação na construção do conhecimento. *DataGramZero - Revista de Ciência da Informação*, 9(1). <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/3041>.
- Moura, J. S. (2021). *Teoria crítica secretarial: para uma concepção humanizada e politécnica do secretariado*. 1. ed. Brasília: Ed. do Autor, v. 1.
- Nonato Junior, R. (2009) *Epistemologia do conhecimento em secretariado executivo: A fundação das ciências das assessorias*. Fortaleza: Gráfica expressão.
- Prodanov, C. C. & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale.
- Oliveira, J. (2017). YouTube como fonte de conhecimento: Análise sobre como o YouTube auxilia na construção da vida profissional e na desintermediação das práticas em grupos de camada popular. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação—Curitiba. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0723-1.pdf>.
- Oliveira, P. P. M. (2016). O YouTube como ferramenta pedagógica. *SIED: EnPED-Simpósio Internacional de Educação a Distância e Encontro de Pesquisadores em Educação a Distância*. <http://sistemas3.sead.ufscar.br/ojs/index.php/2016/article/view/1063>.
- Sabino, R. F. & Marchelli, P. S. (2009). O debate teórico-metodológico no campo do secretariado: pluralismos e singularidades. *Cadernos EBAPE.BR*, 7(4), 610-621. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512009000400006>.
- Think with Google. (2017). Entenda o poder do YouTube. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/entenda-o-poder-do-YouTube/amp/>.
- Think With Google. (2022). Brandcast 2022: veja os destaques do maior evento do YouTube para o mercado. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/brandcast-YouTube-destaques-tendencias/>.

YouTube. (2022). Pesquisa do YouTube. https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/product-features/search/.
