

Análise dos setenta anos do “Dia da Secretária”: um estudo de publicações na *internet*

Analysis of the seventy years of “Secretary’s Day”: a study of internet publications

Juliana de Fátima Paganini¹, Poliana Althaus Pereira², Mabilia Camargo³, Carla Marlana Rocha⁴
, Venan Lucas Oliveira de Alencar⁵.

¹ Universidade Estadual do Centro-Oeste, Brasil, Bacharela em Secretariado Executivo, e-mail: julianapaganini17@gmail.com

² Universidade Estadual do Centro-Oeste, Brasil, Bacharela em Secretariado Executivo, e-mail: polly-ap@live.com

³ Universidade Estadual do Centro-Oeste, Brasil, Doutora em Linguística Aplicada, e-mail: camargomabilia@gmail.com

⁴ Universidade Estadual do Centro-Oeste, Brasil, Doutora em Educação, e-mail: carla.marlana@hotmail.com

⁵ Universidade Estadual do Centro-Oeste, Brasil, Doutor em Linguística, e-mail: venanalencar@gmail.com

RESUMO

Este trabalho realiza análises da construção identitária referente ao profissional de Secretariado a partir de oito imagens publicadas na *internet*, ao longo de setenta anos. Os estudos foram conduzidos por meio da investigação netnográfica, com enfoque em imagens coletadas no buscador do Google Imagens e no *Instagram*, a partir da década de 1950, data de início às comemorações do que ficou conhecido como o “Dia da Secretária”. Além disso, foram construídos com apoio bibliográfico de autores que discutem os temas Performatividade (BUTLER, 1990), Interseccionalidade (CREWSHAW, 2002) e Identidade (MOITA LOPES, 2021) na era da *internet* e das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TIDCs), destacando, também, a discussão sobre as relações de gênero e sexualidade intrínsecas à profissão de secretariado. O objetivo do estudo foi analisar a construção da identidade do profissional de secretariado com base nas imagens selecionadas e outras semioses disponíveis em postagens nas mídias sociais. Isso despertou uma reflexão crítica sobre a percepção da sociedade acerca dessa profissão e contribuiu para a análise sobre a imagem do profissional em publicações nos meios de comunicação digital. Como resultados, ficaram evidenciados os processos de mudanças nas representações no decorrer da História no perfil profissional de Secretariado.

Palavras-chave: Secretariado. Performatividade. Netnografia.

ABSTRACT

This paper analyzes the identity construction of the secretariat professional, based on eight images published on the Internet during the 70th anniversary of the profession’s official celebration. The study was carried out by means of netnographic research, focusing on images collected on Google Images and Instagram from the 1950s, the date of the beginning of the celebrations of what became known as “Secretary’s Day”. For this, the study was built upon bibliographic support from authors who discuss the themes: Performativity (BUTLER, 1990), Intersectionality (CRENSHAW, 2002), and Identity (MOITA LOPES, 2021) in the Internet Age and Digital Information and Communication Technologies (DICTs), also highlighting the discussion on gender relations and sexuality which are intrinsic to the secretarial profession. The aim of this study is to reinforce a critical reflection on society’s perception of the secretarial career, thus contributing to the analysis of the professional’s image. By analyzing the publishings that circulate in the digital media, the results brought about evidence of the changes in the representations of the professional profile historically.

Keywords: Secretariat. Performativity. Netnography.

1 INTRODUÇÃO

A identidade é uma construção social (MOITA LOPES, 2021). Tal conceito está relacionado ao fato de que as mudanças, no decorrer da história, trazem como consequência novos modos de pensar, sentir e agir, possibilitando, então, novas produções identitárias.

Partindo dessa concepção, destacamos a notória presença de mulheres nos cursos de Secretariado Executivo, identificando características de construções identitárias que são marcadas por tensões de gêneros e sexualidades, justificando a relevância da compreensão de como isso afeta as publicações disponíveis na *internet*. Sendo assim, questionamos: como as imagens do profissional de secretariado são produzidas nas mídias sociais? Quais efeitos de sentidos elas podem produzir? Portanto, o ponto central desse estudo foi analisar as postagens e construções identitárias sobre as imagens publicadas referente ao profissional de secretariado nas mídias digitais. O objetivo do estudo foi analisar a construção da identidade do profissional de secretariado com base nas imagens selecionadas e outras semioses disponíveis em postagens nas mídias sociais por meio de um quadro teórico-metodológico proposto por Mendes (2013).

Esta pesquisa realizou análise de oito imagens publicadas na *internet*, disponíveis no banco de dados *Google Imagens*, em *blogs* e no *Instagram* de uma universidade, de publicações realizadas no decorrer de setenta anos em comemoração ao dia do profissional de secretariado. Com isso, foi selecionado uma imagem por década, a partir de 1950, data em que se iniciaram as comemorações do “Dia da Secretária”. Este estudo se diferencia dos demais (FREITAS, 2007; SANTOS, 2016) por tratar do tema a partir de abordagens teórico-metodológicas da Linguística Aplicada (MOITA LOPES, 2021), dos Estudos de Gênero (BUTLER, 1990), Interseccionais (CRENSHAW, 2002) e da Análise do Discurso (MENDES, 2010).

A base teórica apoiou-se em conceitos de gênero e Performatividade (BUTLER, 1990), Interseccionalidade (CRENSHAW, 2002), Identidade (MOITA LOPES, 2021) e comunicação digital (PONTE, 2002; RECUERO, 2009) que visam a auxiliar nas análises propostas, contribuindo para discussões acerca dos temas e viabilizando contribuir com os debates sobre construções identitárias e tensões quanto à concepção existente sobre a imagem do profissional de secretariado.

Em síntese, o trabalho ficou estruturado da seguinte forma: a abordagem dos conceitos sobre a Identidade e Performatividade por meio das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TIDCs), a construção metodológica para investigação e análise das imagens selecionadas e, por fim, a discussão sobre as imagens publicadas ao longo dos setenta anos em comemoração oficial ao “Dia da Secretária” e a representação dessas para a profissão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção, discutiremos os conceitos de Identidade e Performatividade a partir da construção social e os impactos que as Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TIDCs) exercem nos modos como negociamos nossas identidades na contemporaneidade. Destacamos as contribuições de Moita Lopes (2021), autor do campo da Linguística Aplicada, que defende a ideia de identidade com a prática discursiva contextualmente situada. Para o autor, a identidade é entendida como construção social, ou seja, é resultado das mudanças históricas e das transformações sociais, impactando nos pensamentos e nas ações sociais dos indivíduos. Ao compreendermos que somos seres construídos no e pelo discurso, somos influenciados por fatores como cultura, economia e política, entre outros, criando, assim, noções de identidade (MOITA LOPES, 2021).

Esse entendimento faz diálogo com as contribuições da filósofa Judith Butler (2015), que aponta a Identidade como um conjunto de relações, compreendendo, então, a Performatividade - conceito analítico dos efeitos e ações que a noção de identidade pode produzir nos espaços-tempos atuais. Podemos partir para a compreensão da interação entre diferentes marcadores sociais identitários em circulação e seus efeitos na vida dos sujeitos e, ainda, como isso é produzido na área do secretariado.

Butler (2015, p. 18) segue o entendimento de que o indivíduo “[...] não tem uma história própria que não seja também a história de uma relação — ou conjunto de relações — para com um conjunto de normas”. Logo, é necessário localizar o sujeito no conjunto de tensões em que está inscrito sob as normas institucionais, as quais determinam as práticas sociais, ou seja, o seu comportamento ao longo da vida. Sendo assim, é possível falar em identidade devido a um conjunto de normas sociais que produzem sujeitos e, portanto, efetivam relações sociais que antes não estavam ali.

Com isso, a ideia de gênero vem, de uma forma, da conjuntura entre a masculinidade e as relações de poder, bem como a ideia de feminilidade e a força. Butler (2017) busca apontar, nessa tensa relação, que o “ser homem” ou “ser mulher” cisgênero¹ não é algo que acontece de uma forma natural ou biológica. Permanecem as condições políticas, históricas e ações individuais que vão produzir o “ser masculino” e o “ser feminino”.

¹ “Chamamos de cisgênero, ou de ‘cis’, as pessoas que se identificam com o gênero que lhes foi atribuído quando ao nascimento” (DE JESUS, 2012, p. 42).

Compreendendo isso, e pensando no sentido biológico, é possível notar que a maior presença de mulheres e a menor presença de homens dentro de um curso acadêmico é uma questão cultural e não pode ser vista como algo natural (BUTLER, 2017). Desta forma, podemos respaldar o entendimento do surgimento de uma ideia de identidade criada sobre o curso de Secretariado Executivo, que se apoia sobretudo em ideias e práticas tidas como “femininas” atreladas à profissão. Não podemos nos esquecer, no entanto, que a profissão se iniciou sendo desempenhada por homens (NONATO JÚNIOR, 2009). Portanto, os caminhos históricos e ideológicos levaram as mulheres a essa ocupação, e não algo “natural”.

Destacamos, então, as contribuições de Moita Lopes (2021) e Butler (2015): o contexto social contribui para a formação do indivíduo e parte sempre das relações que o cercam. Com tais definições, evidenciamos a necessidade de analisar a criação identitária com base na observação dos meios tecnológicos do século XXI, cujo contexto atual é marcado pela comunicação digital, a qual acontece nos espaços-tempos virtuais e *off-line* em fluxos informacionais intensivos que criam e moldam o sujeito social.

As constantes mudanças ocorridas na sociedade influenciam na maneira como trabalhamos e interagimos uns com os outros e, atrelado a isso, destacamos a presença das TIDCs em nossas práticas cotidianas. Ponte (2002, p. 4) define que “estas tecnologias constituem tanto um meio fundamental de acesso à informação (*internet*, bases de dados) como um instrumento de transformação da informação e de produção de nova informação”.

Na mesma direção, Recuero (2009, p. 12) afirma que “as tecnologias digitais ocupam um papel central nas profundas mudanças experimentadas em todos os aspectos da vida social”. Deste modo, considerando a identidade criada a partir das relações com a comunicação digital, César (2004) afirma que a sociedade na era da comunicação digital pode ser vista pelo olhar do “multiculturalismo” e as tecnologias refletem nos grupos sociais, evidenciando múltiplas possibilidades para a criação identitária.

Compreendendo a construção identitária pela perspectiva da Performatividade, Silva (2020) destaca os espaços digitais para grupos subalternizados ou conhecidos socialmente como “minorias” — mulheres, comunidade LGBTQIA+², negros, entre outros – entendendo a necessidade de novos posicionamentos, incluindo a comunidade acadêmica, com um olhar crítico sobre as práticas sociais de identificação e nomeação.

² “[...] Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros, Queers, Intersex, Agêneros, Assexuados e mais” (BORTOLETTO, 2019, p. 5).

Com isso, prepondera-se a diversidade dos grupos sociais, demandando com que a ideia de homogeneidade seja redefinida. A identidade que era considerada um elemento “estável” socialmente precisa também ser repensada, o que se deve às constantes mudanças em todo processo da construção identitária, não sendo algo exato ou definitivo. Sendo assim, se torna um objeto complexo de estudo (CÉSAR, 2004).

Pensando nos tempos contemporâneos, fizemos a releitura do escritor Silva (2020), que também analisa o fluxo das comunicações digitais, identificando um novo momento para os grupos subalternizados. A apropriação das mídias sociais torna-se um elemento de resistência. Grupos de movimentos sociais conseguem instigar a reflexividade, abrindo espaços para lutas políticas e garantindo a cidadania como direito.

Deste modo, as TIDCs tornam-se instrumentos utilizados também contra forças opressoras, que demarcam exclusão e violência históricas nos vários espaços sociais. Assim, as questões de gênero, raça/etnia e classe, entre outras, conseguem promover efeitos performativos anticlassistas, antirracistas e antimachistas nos espaços-tempos digitais (SILVA, 2020).

Modelos coercitivos socialmente integram o processo de exclusão estrutural, motivados por vários fatores, sendo um deles o *gênero*. Sendo assim, movimentos sociais, a exemplo do feminismo, surgem como elemento fundamental para relações mais equânimes, causando efeitos performativos com discursos anticoloniais (SILVA, 2020).

Crenshaw (1989, apud Silva 2020) menciona, então, o desafio em contemplar a Interseccionalidade como conceito teórico-analítico necessário para os estudos sobre produções identitárias e os efeitos discursivos que as atravessam em diferentes escalas, ou seja, compreendendo como distintos modos de preconceitos interagem de maneiras significativas produzindo efeitos de opressão e resistência. Neste sentido, o uso da comunicação digital caracteriza-se como um instrumento utilizado para expansão de novas narrativas que contestam discursos dominantes. É por meio da tecnologia que vemos a possibilidade de reinventar novas identidades.

Constantino (2017) enfatiza a questão da era moderna, marcada pelo início do estabelecimento do sistema capitalista, da industrialização e da globalização, como fator fundamental para construções identitárias — e tudo isso ligado à *internet* faz com que os indivíduos se mostrem. Existe, então, uma exposição de si por meio das escolhas do que se é compartilhado, sendo que esta construção está ligada, também, a outros usuários, aqueles que consomem o que é publicado e que podem confirmar ou não a imagem que se pretende passar.

Portanto, compreende-se que as tecnologias permitem que os indivíduos se conectem uns aos outros por interesses em comum, ou seja, as relações sociais estão entrelaçadas com as tecnologias, o que torna essencial estudá-las. E uma vez que, com base nessa análise, coadunamos a profissão de secretariado à problemática, entendemos como fundamental tornar presente as discussões sobre relações de identidade e gênero nos cursos de secretariado com referência aos espaços midiáticos, a fim de que seja possível o debate para a desconstrução das configurações de desigualdade existentes nessa área.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Inicialmente, o interesse deste estudo era analisar a construção identitária do profissional de secretariado a partir da divulgação referente ao “Dia da Secretária” nas mídias digitais. Entretanto, ao longo da pesquisa, o trabalho foi direcionado para a análise reflexiva sobre as imagens relativas ao profissional, com base em publicações divulgadas nas mídias digitais ao longo das décadas. Essa mudança foi estabelecida pelas autoras uma vez que se compreendeu que a construção identitária da profissão está muito além da data 30 de setembro, dia da comemoração do profissional de secretariado.

Sendo assim, para que fosse possível alcançar o objetivo propostos na Introdução, traçamos um percurso para o desenvolvimento do trabalho, considerando o objetivo geral da pesquisa: como as imagens do profissional de secretariado são produzidas nas mídias sociais? Quais efeitos de sentidos elas podem produzir?

No ingresso ao campo para a realização do estudo, utilizamos a pesquisa netnográfica³. A escolha dessa linha deu-se pela familiarização das autoras com os ambientes virtuais. Além disso, percebemos que imagens sobre o profissional de secretariado nos incomodavam, isso porque as postagens são em sua maioria sexualizadas e usam um determinado padrão: mulheres brancas, com cabelos compridos, roupas curtas, justas e decotadas, com textos direcionados ao público masculino e com duplo sentido ou sentido direto de sexualidade.

Dessa forma, a Netnografia tornou-se essencial para nossos estudos, pois a pesquisa estritamente nos espaços digitais possibilitou o olhar mais atento sobre um determinado fato e tudo o que está atrelado a ele, sendo possível descrever os elementos propostos nas imagens

³ As novas maneiras de comunicação pelos meios digitais geraram inquietações e, com isso, “a relativização dos meios hegemônicos de produção de conhecimento e conteúdo” (PIERRE LEVY, 1996, apud AGUIAR, 2019, p. 6). Assim, a etnografia da *internet*, ou, como conhecida, netnografia, ganhou espaços nas análises das pesquisas. *Revista Expectativa, Toledo/PR, v.23, n. 3, p. 1-26, jul./set., 2024.*

selecionadas e compreender a motivação das imagens postadas e a intenção delas (AGUIAR, 2019).

No processo de coleta de dados, as imagens foram selecionadas entre dezembro de 2022 e janeiro de 2023, mediante buscas realizadas no *google imagens* com as palavras-chave: “propagandas históricas – secretária”, “secretária no ano 1950”, “propaganda histórica secretária década 1970”, “filmes com secretárias”, “revistas para secretárias”, “capa de revista década 2010”. Em um primeiro momento, foram salvas pelos autores cerca de trinta imagens, seguindo-se a proposta e diretrizes do trabalho, e selecionadas oito imagens finais, devido ao tempo disponível para realizar as análises (cerca de um ano).

A respeito da Figura 8, durante a condução da pesquisa, foi celebrado o dia do profissional de secretariado e a instituição onde estuda uma das autoras, realizou a publicação de parabenização ao “Dia da Secretária” na rede social *Instagram*. A partir daí, julgamos interessante incluir a imagem na pesquisa, considerando que se trata de um movimento característico da netnografia, que é também marcado pela possibilidade de navegar os espaços-tempos online constitutivos das interações na Web 2.0 (AGUIAR, 2019).

O critério para a escolha dessas oito imagens, dentre as trinta pré-selecionadas, foi a contribuição para o entendimento acadêmico e social sobre a construção identitária da profissão de secretariado e, que posteriormente, podem ser utilizadas de base teórica também para outros cursos estereotipados com relações de gêneros e sexualidades. Dessa maneira, as imagens que possuíam representações mais evidentes de secretárias, ou seja, em um primeiro plano (VERGUEIRO, 2012) e com clareza na figura, foram as escolhidas dentre as trinta disponíveis. Assim, discriminamos, na sequência, os dados técnicos das imagens selecionadas no percurso netgráfico, uma vez que essas informações ajudam a compreender as dimensões históricas, contextuais e simbólicas do recorte realizado. A FIGURA 1 (década de 1950) é a imagem de um jornal britânico que, segundo o *Google Pesquisas*, tinha em torno de cento e quarenta mil cópias vendidas por edição; a FIGURA 2 (década de 1960) faz propaganda à máquina de escrever Olliveti, sendo que muitas propagandas dessa marca tornaram-se históricas pelo teor sexista; a FIGURA 3 (década de 1970) traz o anúncio referente ao curso de inglês Oxford de um jornal considerando, na época, um dos principais meios de divulgação das massas; a FIGURA 4 (década de 1980) é a capa de divulgação do filme “Uma secretária de futuro”, cuja bilheteria rendeu cento e três milhões de dólares (algo em torno de R\$ 103.173.635,00); a FIGURA 5 (década de 1990) é a imagem de uma edição da revista eletrônica “Secretária Executiva”, um dos meios de comunicação mais utilizados pelos secretários da época para

trocar informações sobre a profissão; a FIGURA 6 (década de 2000) é referente à capa do filme “A Secretária”, que teve uma bilheteria de mais de nove milhões de dólares; a FIGURA 7 (década de 2010) é a capa de uma revista eletrônica, a primeira da área secretarial no Brasil, que nasce na segunda década do século XXI; a FIGURA 8 é a postagem de parabenização pelo “Dia da Secretária”, criada por uma universidade.

Apesar de as imagens virem de contextos diferentes (brasileiro e estrangeiro), acreditamos que existe uma intercomunicação entre os discursos que são veiculados a respeito das representatividades possíveis às mulheres profissionais de Secretariado.

Para analisar as imagens, foi utilizado como referência o Quadro 1, elaborado pelas autoras com base em tabela proposta por Mendes (2010, apud REIS, GUIMARÃES; RODRIGUES, 2013, p. 24).

Quadro 1 – Grade de análise de imagens

A- Dimensão situacional	Sujeitos do discurso
	Gênero situacional
B- Dimensão técnica da imagem	Ponto de vista
	Elementos
C- Dimensão discursiva da imagem	Organização discursiva
	Imaginários sociodiscursivos

Fonte: autoras (2023), adaptado de Mendes (2010, apud REIS, GUIMARÃES; RODRIGUES, 2013, p. 24).

Como é possível observar, o Quadro 1 é dividido em três grades principais: situacional, técnica da imagem e discursiva. Definimos, na sequência, os critérios de análises seguidos para que a pesquisa fosse concluída com os objetivos propostos:

- a) A dimensão situacional contextualiza e identifica os sujeitos inclusos no discurso proposto na imagem, identificando fatores “reais” ou “fictícios”;
- b) A dimensão técnica da imagem direciona para a análise do “ponto de vista” e os elementos inclusos;
- c) A dimensão discursiva contempla a compreensão dos elementos discursivos na imagem, trazendo a descrição, a narrativa e o argumento proposto, a fim de alcançar os imaginários sociodiscursivos.

A partir destes elementos, as análises tiveram como referência a filósofa Judith Butler (2015), trazendo as questões de gênero e de construção identitária por meio do conceito de Performatividade, e Crenshaw (2002), conceituando a Interseccionalidade para pensar os efeitos de sentidos possíveis com base nas imagens analisadas, além dos demais autores, anteriormente citados, como apoio.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, apresentamos a seleção das oito imagens realizadas, seguidas das análises e discussões a partir da proposta representada pela imagem, com base nos critérios metodológicos estabelecidos anteriormente.

Iniciamos a análise pela dimensão situacional das imagens, as quais estão dispostas a partir da década de 1950, quando dá origem à comemoração ao dia do profissional de Secretariado, em decorrência da celebração dos cem anos do nascimento de Lillian Sholes, nascida em 30 de setembro de 1850, filha do criador da máquina de escrever, Christopher Sholes.

Martins (2016) conta, em seu *blog “Anécdotas de Secretarias” Histórias de Secretárias*”, que, para chegar à máquina de escrever, Christopher Sholes baseou-se no funcionamento das teclas do piano por meio de vários experimentos, com o objetivo de fazer uma máquina que contasse notas. Seus experimentos permitiram chegar à criação de uma máquina capaz de digitar o alfabeto, porém apenas com letras maiúsculas. Além das letras, o equipamento possuía, também, números e sinais de pontuação.

Martins (2016) detalha que Lillian Sholes testava a máquina em casa e que Christopher Sholes, posteriormente, patenteou a criação e iniciou a comercialização do produto. Assim, com o intuito de promover a criação do pai, Lillian passou a fazer inúmeras demonstrações em público do uso da máquina de escrever e ganhou notoriedade na sociedade.

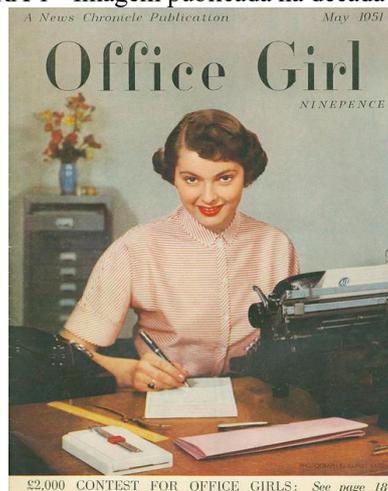
Lillian tornou-se, então, especialista no assunto e foi reconhecida como a primeira datilógrafa da história. Em sua homenagem, passados cem anos de seu nascimento, empresários e fabricantes das máquinas de escrever realizaram um evento em 30 de setembro de 1950, com a criação de um concurso de datilografia, o qual contou com inscrições majoritariamente femininas. Em razão disso, a data ficou conhecida como o “Dia da Secretária” (REIS; FONSECA, 2016).

Talvez, o grande número de participantes do gênero feminino no concurso possa ser explicado pelo ingresso, em massa, de mulheres no mercado de trabalho, resultado das transformações sociais em decorrência da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), conforme afirmam Sabino e Rocha (2004). Os autores relatam que os acontecimentos ocorridos a partir da guerra, no início do século XX, deram-se porque inúmeros homens estavam sendo convocados para prestar o serviço militar.

Neste sentido, é possível observar na FIGURA 1, a **dimensão situacional**, que corresponde ao momento em que as mulheres começaram a ocupar os escritórios, ambiente antes destinado somente aos homens, o que possibilitou a expansão e a demanda do trabalho assalariado para esse grupo. Considerando o contexto histórico e cultural, naquela época, noções acerca da “natureza feminina” e a ideia da “passividade” eram construídas contrapondo-se à dita “natureza masculina” (SCHVINGER; PRADA; CASTRO, 1985). Dessa forma, nas publicidades, as mulheres, embora já estivessem ganhando espaço como força de mão de obra, ainda eram tratadas como subordinadas ou inferiores aos homens no espaço organizacional.

Assim, a profissional “secretária” passou a ser vinculada à imagem da mulher, com propagandas ligadas aos produtos para escritório, em especial a máquina de escrever. A FIGURA 1, obtida por meio do descritor “secretária no ano 1950”, evidencia como as profissionais de escritórios eram retradas em 1950.

FIGURA 1 - Imagem publicada na década de 1950



Fonte: Books and Art⁴

Em um primeiro momento, podemos identificar que a imagem traz a escrita “*Office Girl*”, cuja tradução é “Secretária”. Com base no QUADRO 1, temos, como **dimensão técnica**, uma mulher branca, jovem, em um escritório, sentada, segurando uma caneta e uma folha de papel e produzindo a ideia de que está fazendo anotações em um bloco de notas. Sobre a mesa, além de papéis, há uma máquina de escrever, ferramenta que se tornou símbolo da profissão de secretariado após o concurso de datilografia e o ingresso expressivo da mulher no mercado de trabalho.

⁴ Disponível em: <https://books0977.tumblr.com/post/66276281012/office-girl-writing-office-girl-magazine-may>.
Revista Expectativa, Toledo/PR, v.23, n. 3, p. 1-26, jul./set., 2024.

Com a cabeça levemente abaixada, o olhar da mulher na imagem indica passividade em relação aos demais. A vestimenta é uma camisa rosa abotoada até o pescoço, maquiagem leve, porém com batom vermelho, o que pode ser interpretado como a entrada das mulheres no mercado de trabalho, isto é, um ato de liberdade. Porém, o sorriso tímido, o anel no dedo e as flores ao fundo remetem aos ideais de passividade em relação ao ambiente doméstico.

A fundamentação quanto à **dimensão discursiva** apoia-se em Sabino e Rocha (2004), destacando a secretária como uma profissão considerada feminina e por trazer “características ideais” como “cuidado” e “organização”. O nome dado era sempre referente ao gênero feminino, “a profissional”, “a secretária”, ou seja, a generalização já estava sendo estabelecida socialmente.

Santos (2022) estabelece uma linha do tempo para a profissão de secretariado, entre as décadas de 1946 e 1964, trazendo o relato de que as empresas contratavam mulheres para ocupar o cargo de secretária em razão de estereótipos ligados à beleza, às feminilidades (brancas) e à ideia de servidão. Alvarez (2020) aponta que o “ser mulher” carrega sentidos sobre a feminilidade, como pode ser destacado na figura em análise: uma jovem, com os cabelos bem feitos, maquiada, delicada e organizada. As identidades são, portanto, construídas no espaço social com “elementos discursivos”, criando um sentido. Assim, em conversa com Butler (2003), gera-se o discurso hegemônico e, conseqüentemente, a identidade.

É possível evidenciar, ainda, na imagem em questão, o “[...] corpo do mercado de consumo”, conforme refere-se Andrade (2003, p. 122), ou seja, um corpo magro e branco, estipulado por padrões construídos nas discursividades das publicidades, algo considerado “comum” na década de 1950. Para Andrade (2003), o corpo está vinculado às relações de poder e dita sobre a sexualidade e o que é ser “mulher”. Assim, evidenciamos, em um primeiro momento, que as relações de poder estão imbricadas sobre os corpos femininos (BUTLER, 2003) e que a imagem destacada produz a ideia e cria identidade de uma profissional de secretariado com características de “feminilidade”. A construção social para a secretária é, portanto, marcada por símbolos e classificações.

A seguir, destacamos na FIGURA 2 a imagem escolhida referente à década de 1960, encontrada na busca por meio do descritor “propagandas históricas secretária”.

FIGURA 2 - Imagem publicada na década de 1960



Fonte: Editora Siana Press⁵

No que se refere à **dimensão situacional**, a FIGURA 2 traz a publicidade de uma máquina de escrever da marca “Olivetti” e promove a escrita: “A Olivetti é tão elétrica quanto a sua secretária”. Na **dimensão técnica**, encontramos a disposição de uma mesa à frente e sobre ela a máquina de escrever (produto a ser consumido); atrás, uma mulher branca jovem, com cabelos castanhos e longos, maquiada, com vestimentas que não permitem ver o seu corpo. A tonalidade das cores é escura, a mulher está em segundo plano em relação à máquina de escrever e à legenda da imagem, que se sobressaltam em relação à mulher.

A postura da mulher na imagem da publicidade de uma marca de máquina de escrever direciona a audiência para o lado “sexual”, dispondo do imaginário tanto quando faz referência à “elétrica” — dando sentido dúbio à palavra, com entendimento de que a profissional goza de um perfil voraz — como quando referencia a profissão, dando a ideia de que se trata, também, de sexualidade.

A partir dessa compreensão, trazemos a **dimensão discursiva**, novamente fundamentadas em Butler (2003), destacando que o corpo não é algo natural, mas, sim, construído. Logo, a ideia da mulher sexualizada é naturalizada pelas relações de poder e reproduzida em imagens sobre profissionais e ambientes de trabalho sexualizados, como na figura analisada.

O perfil proposto na imagem constrói uma profissional de secretariado entendida como mulher branca sedutora e sexualizada, ou, no mínimo, sensualizada. O modo sutil como as

⁵ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/335658978461838278/>.

publicidades retratam imagens de mulheres nas mídias digitais é aceito socialmente, pois, de acordo com as publicações analisadas posteriormente, essas demonstram a intensidade da propagação da mulher secretária *sexy*. Assim, é visível a transformação e a criação da identidade do profissional, sendo composto por elementos estereotipados como na relação mulher-secretária-máquina que são reiterados em diferentes contextos (BUTLER, 2003).

Destacamos novamente o “corpo do mercado de consumo” (ANDRADE, 2003), reforçando a ideia de padronização e a objetificação da mulher associada ao objeto que é a máquina de escrever.

Outra análise vem a partir dos estudos de Crenshaw (2002): a ausência das mulheres negras nas publicidades. A autora conceitua como a Interseccionalidade possibilita compreender as relações de poder que produzem, também, a discriminação dos corpos das mulheres negras, sendo essas apagadas em veículos midiáticos. Tais opressões fluem de maneira estrutural e reproduzem-se em diferentes áreas científicas e profissionais.

Dando sequência, analisamos a FIGURA 3, encontrada por meio do descritor “propaganda histórica secretária década de 1970”:

FIGURA 3 - Imagem publicada na década de 1970



Fonte: Propagandas Históricas⁶

A fim de embasar a **dimensão situacional** da FIGURA 3, trazemos Santos (2022), que afirma que, por volta da década de 1970, com a abertura de multinacionais no Brasil, a profissão passou a ter um maior reconhecimento devido às competências secretariais desenvolvidas pelas profissionais, com destaque para as habilidades em taquigrafia e uma segunda língua. Sabino e

⁶ Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2018/09/propaganda-curso-estenotipia.html>.
Revista Expectativa, Toledo/PR, v.23, n. 3, p. 1-26, jul./set., 2024.

Rocha (2004) descrevem que, na mesma década, também apareceram as primeiras organizações de secretárias na luta por direitos e pela oficialização da profissão.

A figura em questão é uma publicidade do curso de Secretariado Executivo e destaca a seguinte frase: “Seja cobiçada por milhares de homens bem situados na vida. Faça o curso de secretária executiva em inglês com stenotipia, no curso Oxford”. A **dimensão técnica** nos mostra a propaganda que dispõe de uma mulher jovem, de cabelos longos, branca e magra, manuseando uma máquina de escrever, com olhar fixo no objeto e um pequeno sorriso no rosto, indicando discrição. As vestimentas mostram grande parte do corpo, sobretudo o busto, que está descoberto. Os braços também estão descobertos, um deles está acomodado sobre a máquina de escrever, indicando passividade em relação ao observador. Um homem, branco, totalmente vestido com *blazer* e camisa, está a observá-la fixamente.

Na imagem, a máquina de escrever segue atrelada ao gênero feminino e ao profissional de secretariado. Com base na legenda da foto, a ideia central da promoção do curso é “ser cobiçada por milhares de homens”, dando entendimento que, ao ingressar os estudos, a mulher torna-se notada pelo gênero masculino.

Com isso, trazemos novamente as análises de Crenshaw (2002) para a **dimensão discursiva**, destacando as produções identitárias e seus efeitos discursivos, que conseguem atravessar diferentes escalas, ou seja, as narrativas que replicam discursos dominantes e posições identitárias hierarquizadas. A mulher é exposta pelas roupas, cabelos longos, maquiagem, modos de sentar, entre outros atributos, sendo aquela que pode ser cobiçada e desejada. Por outro lado, o homem posiciona-se de costas para a audiência, sendo aquele que detém o saber, representado pelos óculos e pela posição em primeiro plano, como indica a imagem analisada. Butler (2003) caracteriza a “Performatividade” como algo produzido pelas forças reguladoras do poder e reforça a ideia do gênero, como mostra na publicidade em questão: uma mulher com traços característicos de “feminilidade” sendo observada por um homem. Com isso, percebemos que a construção identitária da profissional novamente está sendo reforçada no mesmo sentido das imagens anteriores, isto é, a profissional que porta traços de “delicadeza”, “simpatia”, “beleza padronizada”, “vulnerabilidade”, entre outros, agradando ao gênero masculino.

É então nesse meio discursivo que se forma a identidade, sendo essa uma formação performativa, porque é construída, também, por sinais corporais, trazendo um efeito de verdade (BUTLER, 2003). Com isso, é identificado um problema estrutural do patriarcalismo, gerando desigualdade em várias instâncias (CRENSHAW, 2002), como vamos destacar, também, na

FIGURA 4, imagem da década de 1980 encontrada por meio do descritor “filmes com secretárias”:

FIGURA 4 - Imagem publicada na década de 1980



Fonte: Filmow⁷

Destacamos como **dimensão situacional** da imagem representada na FIGURA 4 a capa do filme “Uma secretária de futuro”, que, segundo o *site* Adoro Cinema, foi lançado em 1989. Trata-se de uma comédia/drama com a direção de Mike Nichols, tendo como atores principais: Harrison Ford, Melanie Griffith e Sigourney Weaver.

Quanto à **dimensão técnica**, é possível observar um executivo ocupando o lugar de destaque e a secretária vista como coadjuvante que cumpre ordens e não como protagonista na execução de seu trabalho. Podemos perceber que o homem está segurando as duas mulheres pela cintura, ou seja, transmite-se a ideia de que há um relacionamento entre eles. É possível, então, identificar uma questão de machismo estrutural, dando entendimento de que é uma disputa entre elas pelo homem de negócios.

Tal proposta altera a imagem profissional e transmite a ideia de que a secretária está à disposição de seus superiores hierárquicos, criando no imaginário de quem consome esse tipo de conteúdo. Sousa (2017, p. 18) destaca que “as mídias têm seu papel na disseminação dessa imagem da profissão de secretariado e, especificamente, na imagem sexual da secretária”. O autor complementa que, muitas vezes, a profissional é retratada como sendo a amante do chefe.

Isso fica evidenciado nas atrizes escolhidas para representarem as personagens: mulheres jovens e bonitas. Uma das personagens, que parece ser a preferida, é a secretária mais jovem e está intimamente próxima do “chefe”, com a cabeça encostada em seu ombro,

⁷ Disponível em: <https://filmow.com/uma-secretaria-de-futuro-t3791/>.

Revista Expectativa, Toledo/PR, v.23, n. 3, p. 1-26, jul./set., 2024.

demonstrando fragilidade e a necessidade de proteção. A outra, que está com um sorriso forçado, visivelmente negativa com a situação, fica mais distante.

Caminhando então para a **dimensão discursiva**, vemos que o executivo ocupa um cargo superior e, possivelmente, há uma relação de assédio partindo dele. Sousa (2017, p. 19) defende que “os filmes sobre secretárias também mostram de forma explícita a alusão de que a secretária sempre tem um caso com seu chefe”.

Do conteúdo ideológico que é observado, especialmente nos signos não verbais do texto, com enfoque nas características físicas das personagens femininas, depreende-se que as imagens escolhidas para representar a secretária apontam, sim, para a característica de *venustidade*⁸, reafirmando o estereótipo de mulher frágil, magra e bonita, ligeiramente operacionalizada por uma figura masculina. Na imagem ainda é possível notar a noite da cidade de Nova Iorque, onde a trama acontece, sendo imaginável interpretar que as relações entre eles vão além do horário de trabalho. Analisando a imagem como um todo, inferimos que a ideia central é atingir o imaginário, isso atrelado aos fetiches e sexualidade que a profissão carrega ao longo das décadas, conforme apontado, também, nas análises das figuras anteriores.

E, uma vez que é inserida no imaginário da sociedade a imagem de um perfil identitário estereotipado e deturpado da realidade, formaliza-se uma cultura, sendo difícil desassociá-la da profissão. A ideia dessa imagem é representada não somente em filmes, mas em novelas, séries e até mesmo em músicas, prejudicando as lutas de classe por reconhecimento e direito, como poderemos identificar, também, na década de 1990, representada pela FIGURA 5, encontrada por meio do descritor “revistas para secretárias”.

⁸ O termo se relaciona à qualidade de muita graça, formosura ou beleza.

FIGURA 5 - Imagem publicada na década de 1990



Fonte: Shopee⁹

No que se refere à **dimensão situacional**, temos as informações da capa da “Revista Secretária Executiva”, cuja edição traz o título “Nos bastidores da relação secretária x chefe”, o que induz o leitor a uma pergunta: “como é a realidade da relação do chefe e da secretária?”. Embora esse título instigue o receptor da mensagem a querer descobrir a resposta, ou seja, a ler a matéria, identificamos nele, também, uma ambiguidade.

Farias (2016, p. 10) define a “[...] tipografia como o conjunto de práticas e processos envolvidos na criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e para-ortográficos (números, sinais de pontuação, etc.) para fins de reprodução”. E Fagundes (2013, p. 16) explica que “[...] no texto ambíguo existem duas ou mais possibilidades de compreender o que é dito”.

Ainda é possível analisar na capa da revista, além do nome e do título principal da matéria, os títulos de outras duas reportagens da edição: “Como otimizar a parceria executivo e secretária” e “Mantendo boas relações com o cliente”. Como se percebe, ambos os títulos, mais uma vez, reiteram a ambiguidade de interpretação, podendo tanto sugerir o lado profissional quanto sexualizar a relação entre os envolvidos no discurso.

A **dimensão técnica** mostra a silhueta de uma mulher e um homem, sendo a imagem preto e branco. A cor preta se destoa diante das outras cores apresentadas, dando o entendimento de “algo que se quer esconder”, não pode ser evidenciado, mantido em sigilo. Considerando Farias (2016), os seres humanos são ‘naturalmente’ atraídos para o conteúdo visual, por algo, e apenas sua forma estimula a imaginação de quem está vendo a imagem e permite que cada indivíduo a interprete à sua maneira.

⁹ Disponível em: <https://images.app.goo.gl/KRmAwQDLhZ8PaGSZA>.

Revista Expectativa, Toledo/PR, v.23, n. 3, p. 1-26, jul./set., 2024.

A figura masculina tem estatura mediana, veste terno e usa óculos de grau; além disso, está com a mão direita no queixo, como se prestando atenção no que está sendo dito, e há uma maleta executiva no chão, à sua frente. Já a mulher traça roupa social, *blazer* e saia envelope, dando a entender que essa é a forma como a secretária deve se vestir; ela está com o que parece ser uma pasta na mão direita e a mão esquerda está estendida como quem está se explicando e espera uma aceitação.

Assim, na dimensão **discursiva**, evidenciamos a frase “Nos bastidores da relação-secretária X chefe”, que pode ter um duplo sentido. Com a profissional sendo observada por um homem que, pela chamada, é seu chefe, a imagem pode ser associada também a um interesse pessoal. Esse interesse “particular” aparece de maneira implícita, visto que a construção da identidade da profissional secretária e amante foi construída ao longo das décadas, como Butler (2003) expõe em seus estudos quanto às relações de poder sobre as identidades. Com isso, mostramos a FIGURA 6, encontrada por meio do descritor “filmes com secretárias” e que reforça essa ideia:

FIGURA 6 - Imagem publicada na década de 2000



Fonte: Walmart¹⁰

Na FIGURA 6, a **dimensão situacional** configura-se na capa do filme intitulado “Secretary” (Secretária, em português), lançado no Brasil em 29 de agosto de 2003, que tem Steven Shaiberg como diretor e Maggie Gyllenhaal (Lee Holloway, a secretária) e James Spader (Edward Grey, o chefe) como atores principais. Na procura por imagens dessa década, observamos que o resultado das pesquisas sobre “secretárias” no *Google* expõe inúmeros filmes e fotos sexualizando a profissional e a profissão.

¹⁰ Disponível em: <https://www.walmart.com/ip/Secretary-DVD/10022946>.

Revista Expectativa, Toledo/PR, v.23, n. 3, p. 1-26, jul./set., 2024.

A **dimensão técnica** mostra a narrativa sobre a personagem que, após passar um tempo internada em um sanatório, faz um curso de secretária e consegue emprego em um escritório. Seu trabalho é digitar, arquivar e fazer café, como aborda Natalino (2019), destacando que, por muito tempo, o profissional era visto apenas com essas ‘habilidades’. A personagem que representa a secretária quer agradar o chefe e eles embarcam em um romance sadomasoquista.

Podemos notar na imagem que a “secretária” está no corredor de um escritório, pois há ao lado esquerdo as repartições. Vestida de roupa social, blazer e saia, a profissional de secretariado, “andando de gatinho” no chão, segura entre seus lábios um envelope de correspondência e olha para frente, com olhar de desejo e conquista, em uma posição que conota sensualidade.

O homem, representando o “chefe”, mesmo com roupa social, está com uma aparência mais bagunçada e, considerando as vestimentas “apropriadas” para um escritório, já despija de seu paletó, com um semblante assustado, possivelmente causado pela secretária.

Abordamos a **dimensão discursiva** da imagem apoiados em Santos (2022), que traça a linha do tempo do secretariado. De acordo com a autora, nos anos 2000, com o mundo sob novas perspectivas, o mercado de trabalho começou a não se importar com a contratação no que se refere às performatividades de gênero, raça e classe social do indivíduo (SANTOS, 2022). No entanto, não é isso que observamos na imagem, que dá continuidade na referência ao profissional como uma função desempenhada exclusivamente por mulheres.

Neste sentido, Natalino (2019) destaca a reiteração de estereótipos envoltos na execução de tarefas secretariais rotineiras que eram desenvolvidas naquele período, como a secretária ser a “moça do café” e aquela que “atende telefone” ou, ainda, a mulher que em sua posição desigual em relação aos homens está à disposição do chefe, inclusive para questões de cunho sexual.

A autora coloca, também, que a alteração na ocupação da profissão, que deveria demonstrar o ingresso profissional da mulher no mercado de trabalho, tornou-se sinônimo da sexualização da imagem e não da importância do cargo nas empresas, a evolução do perfil entendido como ser secretarial no que diz respeito ao gênero e à imagem profissional (NATALINO, 2019).

Na sequência, a FIGURA 7 refere-se à imagem relativa à década de 2010, encontrada por meio do descritor “capa de revista década 2010”:

FIGURA 7 – Imagem publicada na década de 2010



Fonte: Revista Executiva News

Na FIGURA 7, a **dimensão situacional** constitui-se da capa de uma edição da revista intitulada “Executiva News Revista Digital”. Quanto à **dimensão técnica**, podemos identificar uma profissional executiva, subindo a escada de um avião, de salto e vestido curto. A mulher destacada na imagem é magra e branca. Na capa, é possível, ainda, evidenciar as escritas “Moda, informática, profissão e viagem”, o que deixa “subentendido” o que é “ser uma mulher moderna”.

Embora a imagem tenha sido publicada no século XXI, marcado por tecnologias mais avançadas e, conseqüentemente, com uma comunicação digital mais acessível, podemos perceber elementos ‘comuns’ às imagens das primeiras décadas: mulher branca, magra, sensual, com características de elegância, entre outros elementos. Da primeira imagem até a última, passaram-se sessenta anos.

A **dimensão discursiva** da figura em análise evidencia a ausência nas publicações de mulheres negras, homens e demais diversidades. A profissional é, em sua maioria, representada pela mulher padrão, e os discursos são alterados minimamente durante as décadas, preservando ideais centrais de feminilidade, sensualidade e demais características já citadas.

A partir do exposto, fazemos o uso das palavras de Crenshaw (2002), destacando as teorias feministas, que devem estar comprometidas em questionar os sistemas reguladores do poder, trazendo em voga temas como classe, gênero e raça nos contextos tanto individuais quanto coletivos. Há, ainda, a grande necessidade de que essas teorias sejam mais bem difundidas, pois a Interseccionalidade abrange as profundas desigualdades sociais, e, no que se diz respeito à imagem citada, a mulher é, até então, retratada como sujeito internalizado no patriarcado. Em consonância com Crenshaw (2002), destacamos Butler (2015), seguindo na

revista Expectativa, 101eao/TK, v.25, n. 5, p. 1-20, jul./set., 2024.

compreensão de que o sujeito social vive em uma teia de relações e, conseqüentemente, em um conjunto de normas. Portanto, existe a necessidade de se localizar as tensões intrínsecas às normas institucionais, as quais determinam as práticas sociais, ou seja, o seu comportamento ao longo da vida. Inclusive, alguns comportamentos devem ser repensados, a fim de se buscar por características do profissional de secretariado que abandonem a dimensão exclusiva do seu “corpo” e sejam compostas pelas habilidades da profissão.

A seguir, destacamos a última imagem, encontrada a partir das interações mobilizadas na rede social *Instagram*:

FIGURA 8 - Imagem publicada na década de 2020



Fonte: Autoras (2022), adaptado do Instagram (2021)

Na FIGURA 8, a **dimensão situacional** expõe a imagem de uma colagem feita da rede social *Instagram* de uma universidade, cuja publicação original foi realizada em 30 de setembro de 2021, referente à parabenização quanto ao dia do profissional de secretariado. A situacionalidade é a possibilidade de interpretar, produzir e significar, diz respeito às relações intrínsecas entre textos, usuários e contextos. Nas pesquisas netnográficas, os percursos metodológicos estão diretamente relacionados aos usuários e aos usos que fazemos de diferentes textos em múltiplas dinâmicas interacionais *online-offline*, possibilitando assim os processos de interpretação e significação situadamente. Diante disso, percebe-se que há a profusão de usos das TIDCs em processos de contestação e ressignificação da informação (MELO; MOITA LOPES, 2014), como ocorreu nos dois momentos de produção da postagem analisada.

Já a **dimensão técnica** é referente ao *print* feito. A primeira imagem mostra a figura de uma mulher branca, magra, com cabelos compridos jogados para o lado, usando óculos de grau e uma roupa formal (camisa social e *blazer*). Ao lado da figura, há a inscrição: “30 de setembro, Dia da Secretária, Parabéns!”. A legenda traz a seguinte mensagem: “Uma homenagem [...] a todas as profissionais que fazem nosso dia ser mais eficiente”.

Logo abaixo, é destacado o seguinte comentário: “Dia do Profissional de Secretariado Executivo ficaria melhor, pois temos homens ocupando a função de assessoria executiva”, seguido de um *emoji* de coração.

Após essa intervenção, a postagem original foi removida e realizada outra com as seguintes modificações na inscrição ao lado da figura e na legenda, respectivamente: “30 de setembro, Dia do Secretariado Executivo, Parabéns!” e “Uma homenagem [...] a todos os profissionais que fazem nosso dia ser mais eficiente”.

Quanto à **dimensão discursiva**, ressaltamos a importância em, primeiramente, considerar a afirmação de que as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para o curso de Secretariado Executivo não fazem menção à divisão de gênero para o profissional graduado. O documento recomenda que secretária(o)s sejam habilitados para cargos de áreas diversificadas dentro das organizações, o que entrará em conflito, possivelmente, com as tensões entre os papéis de gênero atuais, tensões sociais que reverberam de maneira intensa na cultura das empresas.

O parágrafo 2º do artigo 2º da Resolução nº 3 (BRASIL, 2005) regulamenta que linhas de formação específicas poderão ser admitidas no projeto pedagógico do curso de Secretariado Executivo, levando-se em consideração a necessidade do perfil profissiográfico que o mercado exige. Desta forma, a profissão habilita quem deseja atuar como profissional de secretariado, independentemente do gênero, em áreas como gestão, assessoria, empreendedorismo e consultoria.

Como pudemos acompanhar nas oito figuras analisadas, ficam evidentes os efeitos discursivos presentes nas imagens e como diferentes modos de preconceitos, opressão e resistência estão intrínsecos à profissão de secretariado. Neste sentido, o uso da comunicação digital é um instrumento utilizado para expansão e propagação das narrativas, mas pode ser utilizado, também, em benefício para contestar os discursos dominantes. É por meio das novas formas de comunicações digitais que obtemos a possibilidade de reinventar as identidades.

Butler (2003) destaca que nenhuma pessoa consegue estar fora das engrenagens do poder, mas existem maneiras de contestar essas práticas dominadoras, e isso se dá pelas

inquietações, questionamentos e posicionamentos sobre o sistema coercitivo, ou seja, para a autora, nada é estável que vá permanecer permanente, sendo passível de mudanças e transformações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção da imagem do profissional de Secretariado produzida nas mídias sociais e seus efeitos de sentidos foi a inquietação que deu base para essa pesquisa. Isso nos despertou o interesse em contribuir criticamente para análises das imagens publicadas — inúmeras delas com duplo sentido —, que muitas vezes passam despercebidas por serem sutis e ganham uma “naturalidade” aos olhos de quem as vê. Tais imagens são representadas, em sua maioria, por mulheres brancas, com cabelos longos e corpos magros, um modelo bastante aceito pelo padrão social de beleza estipulado coercitivamente.

A partir das análises das dimensões, pudemos concluir que, na discursiva, que está relacionada às condições de produção de enunciados (imagéticos ou não), há um predomínio de imaginários relacionando a profissão a feminilidades, cuidado, fragilidade, submissão e servidão. Na dimensão técnica, predominaram representações de mulheres brancas e magras, seja de suas faces ou partes de seus corpos. Na dimensão discursiva, poucos são os avanços em termos de representação no decorrer nas décadas analisadas: os discursos hegemônicos foram constantemente reiterados, não havendo desconstrução ou questionamento de padrões.

A construção das imagens aponta para a compreensão de discursos com um teor sexista e machista. Foi possível identificar nos estudos a profissão de secretariado representada como feminina, causando um desentendimento quanto ao fato de haver homens inseridos e ocupando o cargo de Secretário. A profissão ainda é associada ao domínio do outro e ao assujeitamento, características atreladas socialmente às mulheres cis, sendo esses padrões que se repetem por décadas e ainda estão internalizados na profissão.

Com isso, foi possível analisar construções identitárias de profissionais de secretariado por meio de imagens publicadas e outras semioses disponíveis em mídias sociais, levando-nos à compressão de distintas maneiras de convencionalismo e opressão das relações de poder intrínsecas à profissão de secretariado. A partir disso, o uso das tecnologias para comunicação torna-se um meio de propagação das narrativas, e tal fato pode também ser uma estratégia de reflexão e benefício para contestar os discursos dominantes que acoitam a profissão. Os meios

de comunicações digitais devem reinventar as identidades e para isso a criticidade faz-se necessária.

Nossas contribuições para o curso de Secretariado foram por trazer a reflexão sobre os efeitos discursivos propostos nas imagens sobre o profissional de secretariado, evidenciando a ausência das mulheres negras, gordas, tatuadas, homens, comunidade LGBTQIA+, o que revela a falha na criticidade para a criação da identidade do profissional pelos meios midiáticos sobre o corpo feminino.

Além disso, um dos fatores limitantes para a pesquisa foi a inexistência de abordagens mais multidisciplinares para análises de imagens. Nesse sentido, acreditamos que as metodologias escolhidas foram favoráveis à consecução dos objetivos propostos, sobretudo por favorecerem buscas e achados em espaços-tempos dinâmicos como Google Imagens e *Instagram*. Sobre as plataformas e a difusão de informações no espaço-tempo da Web 2.0, pesquisas futuras poderão enriquecer o campo teórico-metodológico do Secretariado Executivo.

Por fim, sugerimos para as futuras pesquisas sobre a identidade do profissional de Secretariado Executivo a análise de como os estereótipos são reproduzidos em instituições que ofertam o curso.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Jacqueline Gomes de. A pesquisa etnográfica online em tempos de cultura da convergência. **Revista Observatório**, v. 5, n. 6, p. 109-131, 2019.

ALVAREZ, Palmira Virgínia Bahia Heine. Mulher feliz é mulher casada: uma discursivização do casamento no jornal das moças na década de 50. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 10, p. 74775-74786, 2020.

ANDRADE, Sandra dos Santos. Saúde e beleza do corpo feminino: algumas representações no Brasil do século XX. **Movimento**. Porto Alegre. vol. 9, n. 1, p. 119-143, jan./abr. 2003.

BORTOLETTO, Guilherme Engelman. **LGBTQIA+**: identidade e alteridade na comunidade. São Paulo: USP, 2019.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**: feminismo e subversão da identidade, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1990.

_____. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. **Relatar a si mesmo**. Trad. de Rogério Bettoni. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.
Revista Expectativa, Toledo/PR, v.23, n. 3, p. 1-26, jul./set., 2024.

_____. Judith Butler escreve sobre sua teoria de gênero e o ataque sofrido no Brasil. **Folha de São Paulo**, v. 19, n. 11, 2017.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Resolução nº 3 de 23 de junho de 2005. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Secretariado Executivo e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 27 de junho de 2005, Seção 1, p. 79, 2005.

CÉSAR, América Lúcia Silva. MOITA LOPES, Luiz Paulo da (org.). Discursos de identidades: discurso como espaço de construção de gênero, sexualidade, raça, idade e profissão na escola e na família. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2003. **Revista da Anpoll**, v. 1, n. 17, 2004.

CONSTANTINO, Fernanda Angelo. Construção Identitária e gerenciamento da impressão em espaços online de interação. **Comunicologia - Revista de Comunicação da UCB**. v. 10, n. 1, jan./jun., 2017.

CRENSHAW, Kimberlé Williams. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**, v. 10, n. 1, p. 171-188, jan. 2002.

DE JESUS, Jaqueline Gomes. Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos. **Guia técnico sobre pessoas transexuais, travestis e demais transgêneros, para formadores de opinião**, v. 2, p. 42, 2012.

FREITAS, Karine. O lugar da Secretária: implicações históricas de gênero no trabalho e imagem da profissão. *In*: Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho. 1. **Anais eletrônicos**. Natal: 2017, pp. 1-16.

MARTINS, Erika. Secretárias famosas: Lilian Sholes. **Anécdotas de Secretarias**. 2016. Disponível em: <https://anedotasdesecretarias.com/secretarias-famosas-lilian-sholes/>. Acesso em: 3 out. 2022.

MELO, Glenda. Cristina. Valim de.; MOITA LOPES, Luiz. Paulo da. A Performance Narrativa de uma blogueira: “tornando-se preta em um segundo nascimento”. **Alfa**, São Paulo, 58 (3): 541-569, 2014.

MOITA LOPES, Luiz Paulo da. **Os espaços da narrativa como constructo teórico-metodológico na investigação em Linguística Aplicada**. Programa Interdisciplinar de Linguística Aplicada. Faculdade de Letras, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2021. Mimeografado.

NATALINO, Laís Gonçalves. **Representações multimodais da mulher secretária no discurso da mídia do Brasil e da Inglaterra: questões de gêneros nas traduções culturais**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-graduação em Estudos da Tradução, Florianópolis, 2019.

PONTE, João Pedro da. **As TIC no início da escolaridade**: Perspectivas para a formação inicial de professores. (Org.). A formação para a integração das TIC na educação pré-escolar e no 1º ciclo do ensino básico. Cadernos de Formação de Professores, nº 4, p. 19-26, 2002. Porto: Porto Editora.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais**. 2. ed. Porto Alegre: Editora Meridional, 2009.

REIS, Ana Carolina Gonçalves; FONSECA, Anna Clara Arcanjo. 30 de setembro, dia da secretária: análise discursivo-imagético-textual de publicidade on-line da UNIMED - Araraquara. **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, p. 1-17, 2016.

REIS, Ana Carolina Gonçalves; GUIMARÃES, Luiza Sá; RODRIGUES, Renata Rena. **Fallen Princesses de Dina Goldstein**: uma proposta de análise de imagens. *In*: Imagem e Discurso. MENDES, E. (coord.) Belo Horizonte: FALE/UFMG p. 19-35, 2013.

SABINO, Rosimeri Ferraz; ROCHA, Fábio Gomes. **Secretariado**: do escriba ao web writer. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.

SANTOS, Dircelia Merlin dos. A evolução do Secretariado: da geração Baby Boomer a Y. **Sindicato das Secretárias e Secretários do Estado de São Paulo**, 2022. Disponível em: <https://sinsesp.com.br/a-evolucao-do-secretariado>. Acesso em: 6 out. 2022.

SANTOS, Larissa Rodrigues. **A erotização da representação da secretária no universo cinematográfico**. Orientador: Daniel Serravalle de Sá. 2016. 34f. Trabalho de Conclusão de Curso. Secretariado Executivo. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

SCHVINGER, Amaryllis; PRADA, Danda; CASTRO, Jacqueline. Secretária: uma ambigüidade em feitiço de profissão. **Cadernos de Pesquisa**, n. 54, p. 85-97, 1985.

SILVA, Danillo da Conceição Pereira. Performances de gênero e raça no ativismo digital de Geledés: interseccionalidade, posicionamentos interacionais e reflexividade. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 20, p. 407-442, 2020.

SOUSA, Anny Karolinny Carneiro de Castro. **Assédio sexual**: o machismo que as secretárias enfrentam na profissão. 2017. 62 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Secretariado Executivo, Fortaleza, 2017.

VERGUEIRO, Waldomiro. A linguagem dos quadrinhos: uma alfabetização necessária. *In*: RAMA et al. **Como usar as histórias em quadrinhos na sala de aula**. 4 ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2012, p. 31.