

CAPÍTULO 2

LINGUAGEM, ESTEREÓTIPOS E ETIQUETA PROFISSIONAL NA ATUAÇÃO DE SECRETÁRIOS EXECUTIVOS

Data de aceite: 03/04/2023

Louis Guillaume Théodore Bueno Santos Martins

Professor Adjunto do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA), da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). É doutor em Linguística do Texto e do Discurso pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Débora Iracy Ferreira de Araújo

Graduada em Secretariado Executivo pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Rafaela Dávila Souza de Mendonça

Graduada em Secretariado Executivo pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo discutir sobre a influência exercida pela etiqueta profissional e pelos estereótipos na atuação de secretários executivos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de cunho bibliográfico, em que buscamos compreender como esses elementos estão relacionados ao modo como os secretários se veem e às suas ações no trabalho. Foram utilizados os pressupostos teóricos da Análise de Conteúdo proposta por Bardin

(2011) como principal referência para o desenvolvimento das análises expostas ao longo desta pesquisa, destacando-se também os estudos de Andrade e Vilas Boas (2009), Kalil (2007) e de Pereira (2008) para o embasamento teórico acerca da etiqueta profissional e, os de Diniz (2000) e de Rosa e Gomes (2006) para compreensão do conceito e os tipos de estereótipos. A partir dos dados obtidos, observou-se que a influência exercida pelos estereótipos e pela etiqueta profissional impactam o modo de vida dos secretários executivos nas suas interações pessoais e profissionais.

PALAVRAS-CHAVE: Secretário executivo; estereótipo; etiqueta; Análise de Conteúdo, linguagem.

ABSTRACT: This work aims to discuss the influence of the professional etiquette and stereotypes in the performance of executive secretaries. This is a qualitative, bibliographic research, in which we seek to understand how these elements relate to the way secretaries see themselves and themselves at work. The theoretical assumptions of Content Analysis proposed by Bardin (2011) were used as the main reference for the development of the analyses exposed throughout this research,

also highlighting the studies of Andrade and Vilas Boas (2009), Kalil (2007) and Pereira (2008) for the theoretical basis about professional etiquette and, those of Diniz (2000) and Rosa and Gomes (2006) for understanding the concept and types of stereotypes. From the data obtained, it was observed that the influence exerted by stereotypes and professional etiquette impact the way of life of executive secretaries in their personal and professional interactions.

KEYWORDS: Executive secretary; stereotype; etiquette; Content Analysis; language.

1 | INTRODUÇÃO

Historicamente, os estereótipos estão presentes também na profissão de secretários executivos e são veiculados em nossa sociedade como propósito, por exemplo, de rotular a profissão como sendo exclusivamente feminina, de desvalorizar as atividades desenvolvidas pelos secretários, dentre outros.

Apesar de ser uma profissão que possui sua origem atrelada aos escribas, que era uma atividade exercida por homens, o estigma de ser uma profissão feminina se deu a partir da Segunda Guerra Mundial, quando os homens tiveram que ir para as frentes de batalha e as mulheres tiveram que assumir determinadas tarefas, incluindo a dos escribas. Consequentemente, a profissão que era dominada por homens, mas que por razões diversas, e também pela globalização, passa a ser uma profissão majoritariamente feminina (SABINO; ROCHA, 2004).

A partir disso, a profissão evoluiu e absorveu diversas mudanças no exercício de suas atividades, passando de atividades mais operacionais para atividades mais executivas e estratégicas, e também outro aspecto da mudança ocorreu a partir do ingresso dos homens na profissão. De acordo com Guimarães (2008. p. 37),

“A secretária do novo milênio está se desenvolvendo nos negócios da empresa. O executivo está delegando mais responsabilidades, exigindo mais das secretárias, não se satisfazendo só com seu trabalho operacional.”

Nesse contexto, a profissão continua sendo estereotipada em diversos aspectos muitas vezes relacionados a outro tema a ser discutido nesta pesquisa, a saber: a etiqueta profissional exigida para os profissionais de secretariado. Diversas dessas exigências são estereotipadas e se direcionam, consideravelmente, apenas para as mulheres. As discussões desenvolvidas neste artigo têm como objetivo proporcionar reflexões acerca da importância da etiqueta profissional, de como ela é reivindicada em relação ao secretário e de como isso pode influenciar o exercício de suas atividades profissionais.

Utilizamos os pressupostos teóricos e metodológicos da Análise de Conteúdo (AC) para coleta e análise dos dados a fim de aperfeiçoar a compreensão do que é proposto acerca da problemática escolhida. O nosso *corpus* é constituído de quatro artigos sobre a temática etiquetas profissionais e estereótipos que foram veiculadas pelo sítio eletrônico Super Secretária Executiva.

Destarte, a questão norteadora desta pesquisa é a seguinte: Como as etiquetas

profissionais e os estereótipos podem influenciar a profissão do secretário executivo?

No que diz respeito à organização deste trabalho, na primeira parte, abordamos algumas premissas relevantes sobre etiqueta profissional e formação de secretários executivos, bem como sobre estereótipos. Na segunda parte, apresentamos a metodologia adotada para o desenvolvimento de nossa pesquisa e realizamos as análises dos dados coletados. Na terceira parte, desenvolvemos as considerações finais sobre a relação estabelecida entre etiqueta, estereótipo e atuação de secretários executivos.

2 | ETIQUETA PROFISSIONAL E FORMAÇÃO DO SECRETÁRIO EXECUTIVO

A profissão de secretário executivo possui uma extensa história e sua origem é discutida e interpretada por meio de diversos vieses em nossa área. Com base em pesquisas históricas, muitos autores consideram que os primeiros secretários tenham sido os escribas na Idade Antiga. Nesse contexto, era inicialmente uma atividade exercida por homens, mas com o passar dos tempos e acontecimentos sociais, as mulheres foram sendo introduzidas nessas funções. A respeito disso, Natalense (1998, p. 6), afirma:

A profissão mantém-se eminentemente masculina até o século XX. A situação começa a mudar com as duas guerras mundiais que provocam a entrada da mulher no mercado de trabalho, em áreas além da produção. A partir de então e até os nossos dias, a profissão torna-se eminentemente feminina.

Conforme consta na página eletrônica da Federação Nacional das Secretárias e Secretários (FENASSEC), há diversos relatos a respeito da parte histórica sobre o secretário executivo como, por exemplo, na Idade Moderna, com o ressurgimento do comércio, as empresas necessitavam de secretários e, em virtude de os homens estarem nos campos de guerras, a mão de obra masculina tornou-se escassa, o que favoreceu a atuação de mulheres como secretárias. Além das guerras e acontecimentos históricos, muitos outros fatores causaram a mudança do perfil dos profissionais de secretariado que também adquiriram outros atributos. Andrade e Vilas Boas (2009, p. 92) argumentam que:

Vê-se que hoje o Secretário Executivo desempenha um papel importantíssimo e fundamental nas organizações, atuando como gestor, empreendedor e consultor de processos. Além de ser responsável pela organização como um todo, administrando desde serviços de segurança até atividades de suporte, também organiza o fluxo de informação. Indispensável no mundo corporativo, seja qual for seu porte ou área de atuação, o Secretário Executivo ocupa uma função mais estratégica, executando tarefas que exigem uma influência e grande capacidade de percepção no desempenho de suas funções.

De acordo com a referida página eletrônica, no Brasil o secretariado era tido como um cargo ou função, e só foi reconhecido profissionalmente no dia 30 de setembro de 1985, através da Lei 7.377. Após muitas lutas, os secretários tiveram mais algumas conquistas, duas delas foram à criação da Federação Nacional das Secretárias e Secretários - FENASSEC e o Código de Ética profissional.

O surgimento dessa federação ocorreu em 31 de agosto de 1988, na cidade de Curitiba, Paraná. É uma entidade sindical sem fins lucrativos, que possui representatividade em todo território nacional - foi reconhecida pelo Ministério do Trabalho em 7 de março de 1990 e tem por finalidade o estudo, coordenação, proteção, defesa e orientação geral e legal dos secretários e secretárias. Em relação ao Código de Ética, destaca-se que foi publicado no Diário Oficial da União em 7 de julho de 1989, é um documento que tem por finalidade expor os princípios e valores que os profissionais devem seguir. Como visto anteriormente, o secretário executivo pode atuar como gestor, empreendedor e consultor de processos. Para uma maior contribuição a respeito das competências e habilidades do profissional de secretariado executivo, torna-se fundamental mencionar o Parecer N° CES/CNE 0102/2004, por meio do qual são estabelecidas as competências e habilidades dos profissionais de secretariado:

- I – capacidade de articulação;
- II – visão generalista da organização e das peculiares relações hierárquicas e intersetoriais;
- III – exercício de funções gerenciais;
- IV – utilização do raciocínio lógico, crítico e analítico;
- V – habilidade de lidar com modelos inovadores de gestão;
- VI – domínio dos recursos de expressão e de comunicação;
- VII – receptividade e liderança;
- VIII – adoção de meios alternativos relacionados com a melhoria da qualidade e da produtividade dos serviços;
- IX – gerenciamento de informações;
- X – gestão e assessoria administrativa;
- XI – capacidade de maximização e otimização dos recursos tecnológicos;
- XII – eficaz utilização de técnicas secretariais, segurança, credibilidade e fidelidade no fluxo de informações;
- XIII – iniciativa, criatividade, determinação, vontade de aprender, abertura às mudanças, consciência das implicações e responsabilidades éticas do seu exercício profissional.

A etapa seguinte à graduação é a inserção no mercado de trabalho. A graduação proporciona a base de conhecimentos e técnicas para que o formando tenha consciência de suas atitudes, posturas e a forma de se relacionar dentro do ambiente de trabalho. O secretário precisa saber se portar, ser discreto e agir com elegância. A respeito da imagem e reputação que o secretário deve ter, Matarazzo (2003, p. 75) faz uma colocação importante, quando comenta que no início da carreira, o profissional precisa passar uma boa imagem, para que seu nome e reputação sejam destaque diante os demais colegas; e ainda acrescenta que a imagem diz respeito tanto à forma de vestir-se como de se portar.

É como diz o ditado popular: “a primeira impressão é a que fica”.

A etiqueta, diferente do que muitos pensam, não está relacionada apenas com a aparência e vestimenta, mas também na forma de se relacionar com os outros, trata-se de uma questão de bom senso, de uma forma civilizada para viver em sociedade, respeitando os limites e espaço dos outros. A etiqueta e a ética andam juntas, ambas norteiam a forma de se portar diante da sociedade, sobre o que pode ou não fazer, para que as relações humanas tornem-se mais agradáveis. De acordo com o *site* Código de Ética, a ética vem do grego *ethos* e significa caráter, comportamento; e serve para definir como o ser humano deve se portar diante da sociedade. Kalil (2007, p. 14) diz:

Etiqueta tem tudo a ver com civilidade. A falta de educação, de cortesia, o egoísmo e a excessiva individualidade tornam a vida nas grandes cidades infernal. E a etiqueta surge como uma espécie de ética do cotidiano, capaz de regular as relações entre as pessoas, deixando a vida mais leve.

Mesmo entendendo que a etiqueta vai muito além da vestimenta, é importante refletir sobre a questão da imagem e da maneira de se vestir e se portar em determinadas situações e ambientes. É recorrente a menção em diversas páginas da internet e em livros algumas regras de boas maneiras como, por exemplo, relacionadas ao como se vestir, ou como se comportar em um evento de trabalho, “como se tornar uma secretária de sucesso” etc.

Nesse particular, de acordo com o *site* Guia da Carreira, há algumas regras básicas de etiqueta:

1. Pontualidade – Seja pontual em seus compromissos e cumpra sua agenda;
2. Apresentação Pessoal – Mantenha uma imagem pessoal positiva;
3. Postura – Use a linguagem corporal a seu favor;
4. Tom de voz – Ajuste o tom e o volume da sua voz;
5. Bom senso de humor sem exageros – Evite piadas e brincadeiras;
6. Ao entrar – Obtenha licença e cumprimente a todos;
7. Caixa postal em dia – Responda todos os e-mails possíveis;
8. Respeite o tempo de intervalo – Não coma em sua mesa ou converse com colegas de trabalho enquanto estiverem trabalhando;
9. Conversas de corredor – Fuja das fofocas;
10. Imagem Profissional – Não menospreze a empresa para a qual trabalha falando mal dela.

A vestimenta dentro da empresa está vinculada, de certo modo, a uma questão de bom senso. Pereira (2008, p. 16), a respeito da apresentação pessoal, descreve que existem pessoas que marcam sua existência pela elegância, outras pela total falta dela e do bom senso na hora de vestir-se e portar-se. Em relação à vestimenta, Kalil (2006, p. 15 e 16) *apud* Pereira (2008, p. 17) elencou algumas regras de etiqueta, separando em duas partes, uma referente às mulheres e outra para os homens, são elas:

Para homens:

- a) Na dúvida, prefira ternos escuros;
- b) Pesquise tecidos que melhor se adaptam à sua região estilo pessoal;

- c) A meia é uma extensão da calça;
- d) Evite gravata de bichinhos, de crochê ou frouxa no colarinho;
- e) A barba deve ser feita todos os dias;
- f) Cuidado com a combinação: calçado e calça.

Para mulheres:

- a) Evite decotes e transparências;
- b) Prefira batons e esmaltes claros;
- c) Saias na altura do joelho e taillleur;
- d) Nunca deixe o sutiã visível;
- e) Prefira cores discretas, sem estampas fortes;
- f) Maquiagem deve ser discreta e funcional;
- g) Opte por sapatos fechados;
- h) Cuidado com o pescoço e o colo à mostra;
- i) Cores escuras emagrecem e passam seriedade. Cores claras engordam e passam descontração. Faça um equilíbrio entre ambas.

Mais uma vez é notório o quanto a etiqueta fomenta os estereótipos, e cria padrões como uma forma de ascensão profissional quando o que realmente é importante são as habilidades e competências que o profissional deve possuir. Outro ponto a ser observado é a grande diferença nas regras direcionadas aos homens e as que são direcionadas às mulheres. Além de serem mais extensas e mais detalhadas quando são voltadas para mulheres, os estereótipos também são mais evidentes.

Em virtude da pandemia de COVID-19, muitas atividades desenvolvidas pelos secretários executivos sofreram mudanças, pois foi necessária uma adaptação às ferramentas de execução, como também uma adequação ao formato que o trabalho seria exercido, passando a ser virtual. Todavia, o contato com os colegas de trabalho e gestores continuou sendo constante, e também foram mantidas as regras de comportamento e etiqueta com as devidas adaptações para o virtual.

Algumas dicas de comportamento e de etiqueta nesse ambiente foram publicadas pelo site [Secretariado Sem Segredo](#), para serem seguidas durante lives e reuniões virtuais:

- a) Adaptação e administração do tempo: reuniões virtuais e *lives* vieram para ficar. Adaptações são necessárias. Gerenciar o tempo e criar um ambiente de apoio são fundamentais para auxiliar a todos nessa transição e na nova forma de ser participativo e colaborativo.
- b) Programe-se: compartilhe os tópicos da reunião com antecedência para que todos estejam cientes das informações necessárias para que a reunião seja objetiva e produtiva.
- c) Estabeleça horário: a reunião deve ter horário para começar e para terminar. Lembre-se que a gestão do tempo permitirá aos participantes agendar outros compromissos.
- d) Atenção ao funcionamento dos sistemas: 1) Verifique se a ferramenta de reunião é compatível com seu equipamento; 2) Tenha a internet do seu celular pronta em caso de problemas de conexão; e, 3) Teste o áudio. É fundamental que todos entendam o que está sendo apresentado.

e) Registre sua presença: identifique-se ao moderador da reunião. Ele gerenciará sua presença e apresentação ao grupo. Se você se atrasar, avise a todos com antecedência para que eles não fiquem esperando você iniciar a reunião. Preste atenção a quaisquer anúncios de presença ou ausência das reuniões agendadas.

f) Sua participação é fundamental: esteja presente durante todo o encontro. Evite desviar sua atenção para outros assuntos. Fique sentado e preste muita atenção a quem está moderando a reunião. Se precisar sair da sala por alguns minutos, envie uma mensagem para o moderador e desligue a câmera.

g) Quando não é sua vez de falar, o microfone deve permanecer no mudo. Qualquer ruído indesejado pode desviar a atenção dos outros participantes. Ligue o microfone apenas quando for solicitado. Use o chat ou o recurso “levantar a mão” para solicitar a palavra.

h) Cuidados básicos: 1) Encontre um local tranquilo para sua reunião. Reduza o volume da TV e do som para ajudá-lo a se concentrar. Solicite às outras pessoas presentes que evitem tumulto e evitem conversar com você; 2) Feche a porta para evitar que pessoas ou animais entrem na reunião. Pode não ser prejudicial, mas atrapalhará os outros participantes; 3) Aproveite os fundos virtuais. Esses recursos transformam o ambiente em uma paisagem profissional; 4) Use roupas apropriadas, sem pijamas e camisetas informais demais (Ex.: com frases ou de times). Cuide de sua aparência como se estivesse participando de uma reunião presencialmente; e, 5) Evite comer e beber durante uma reunião. No máximo, um copo de água e uma xícara de café.

A partir da lista citada, é possível observar que mesmo quando as regras de etiqueta se direcionam para o formato virtual, ainda assim, pode-se encontrar termos estereotipados, palavras inapropriadas e regras exageradas. Como, por exemplo, as dicas relacionadas à aparência.

A seguir, apresentamos alguns pressupostos acerca de estereótipos, e discutimos as influências que exercem na profissão de secretários executivos.

2.1 Estereótipos

O termo estereótipo possui origem grega, sendo derivado das palavras: *stereós* (“sólido”) + *týpos* (“molde”, “marca”, “sinal”) (FILHO, 2004, p. 46). Inicialmente o termo se restringia à tipografia e era relacionado a um objeto da editoração.

A palavra estereótipo, originalmente, pertence ao vocabulário da editoração gráfica. Trata-se de uma chapa de chumbo fundido que traz em relevo a reprodução de uma página de composição e permite a tiragem de vários exemplares. A prancha estereotipada representa a fôrma que imprime fielmente o padrão da matriz. (RABAÇA, BARBOSA, 1987, p. 247-248).

Em 1922, a palavra foi introduzida nas Ciências Sociais através do jornalista e analista político Walter Lippmann, com sua obra intitulada *Public Opinion*, responsável por ressignificar a palavra, trazendo um novo conceito ao termo com base em sua origem. Em sua obra, o autor traz um conceito mais aprofundado para o estereótipo, segundo Rosa

e Gomes (2006, p. 10), Lippmann sugere duas acepções em referência ao conceito de estereótipo:

[...] a primeira, com base na psicologia social, sugere que os estereótipos são ferramentas necessárias para a apreensão cognitiva e que nos ajuda a estruturar e interpretar “experiências, eventos e objetos diversificados e complexos”. Servem à “economia de pensamento” e por isso correm o perigo de generalizar características situadas na história, em uma cultura e sociedade específicas. A segunda acepção, com base política, assimila o estereótipo como uma construção simbólica. Este produto simbólico é construído através de uma ideologia e reduz características e valores sócio-culturais em alguns poucos elementos, representados de maneira exagerada, que buscam estruturar a visão de mundo de uma sociedade.

Nesse viés, os estereótipos são definidos como opiniões generalizadas que rotulam pessoas ou coisas e que não partem de uma verdade, mas de uma construção social adquirida ao longo da vida. É através desta rotulação que pode ser percebido o preconceito, que em sua maioria, trazem danos à imagem de alguém ou algo. Segundo Diniz (2000, p. 139), a palavra é utilizada também regularmente no campo psicossocial para retratar um grupo de atitudes, sentimentos, opiniões e reações de uma pessoa, com características de rigidez e homogeneidade. Sendo assim, em termos sociais, uma visão estereotipada refere-se a uma prototípia que atribui a um objeto todas as características que compõem toda a categoria à qual ele pertence. Ainda de acordo com Diniz (2000, p. 139):

O estereótipo também mantém relação estreita com o conceito de estigma, que, originalmente, designa ferimento, cicatriz. Seus derivados “estigmatizar”, “estigmatização”, têm o sentido de censurar, condenar, aviltar o nome, a reputação de alguém. No sentido usual, significa prejudicar, ou fazer um julgamento prematuro de alguém; julgar pela aparência.

No que diz respeito ao secretariado, os estereótipos estão presentes de diversas formas, desde a origem da profissão até os dias atuais. De acordo com Andrade e Vilas Boas (2009, p. 92), mesmo com as transformações e mudanças no perfil profissional do secretário, ganhando novas atribuições e responsabilidades, é possível notar preconceitos que continuam presentes na sociedade como, por exemplo, a secretária como objeto sexual; secretária (o) limitada (o); secretária telefonista; secretária amante do chefe; e sempre relacionando a secretária como alguém que não pensa, apenas executa as atividades.

Outro estereótipo presente na área de Secretarial é referente à figura masculina, sua associação à profissão é rara.

O desafio imposto aos homens para o ingresso em profissões ocupadas hegemonicamente por mulheres, como a de Secretariado, é a própria cultura construída para o ofício, não mantendo relação com o grau de competência para as atividades do universo secretarial (SABINO; MONTEIRO; SOUZA, 2014, p. 3).

Segundo argumenta Andrade e Vilas Boas (2009, p. 96) a mulher secretária, passa a trabalhar no escritório para “cuidar” deste como cuidava de sua própria casa: fazendo

café, comprando flores para enfeitar as mesas, “ajeitando” a gravata do chefe etc. Nesse contexto, torna-se evidente o estereótipo criado a partir de pré-conceitos e julgamentos formados em diversas esferas da sociedade.

A aparência física é fundamental para a criação dos estereótipos, pois diferencia e nivela de forma prática os membros de um determinado grupo social (ZEBROWITZ, 1996 *apud* PAIM; PEREIRA, 2010). Quando se ouve a palavra secretária, por uma questão já formulada na mente da sociedade, têm-se a ideia de uma mulher muito bonita, jovem, com vestimentas formais, raramente se associa a uma senhora, com cabelos grisalhos, uma mulher acima do peso, a figura masculina ou associa a imagem a uma pessoa negra. Estes preconceitos influenciam de forma direta na profissão do (a) secretário (a), inclusive, na hora de uma admissão. É comum em anúncios de emprego haver a descrição de características para uma vaga, não sendo frequente a exigência da graduação como um pré-requisito. Além desses estereótipos, é latente a desvalorização do bacharel em secretariado executivo.

A Federação Nacional das Secretárias e Secretários (FENASSEC) se empenha para que as medidas cabíveis para retratação sejam aplicadas em casos de publicação de matérias discriminatórias referentes ao profissional de secretariado como, por exemplo:

I- Revista Playboy publicada em junho 2006 - Capa com Secretária da Belíssima

- a FENASSEC tomou conhecimento que a nova capa da revista Playboy seria a secretária da novela “Belíssima”, interpretada por Angelita Feijó. A Federação Nacional das Secretárias e Secretários enviou um *e-mail* para a revista Playboy esclarecendo-os a respeito da profissão de secretariado e alertando que não seria admitido que a campanha fizesse menção à classe profissional das secretárias (os). No *e-mail* a FENASSEC reiterou a luta enfrentada pelas secretárias e secretários a respeito dos estereótipos criados e que fotos nuas só reforçam a discriminação já existente.

II- E-mail enviado a Radio Jornal (PE) sobre a pesquisa ida ao ar no dia 01/10 -

“As Secretárias ainda têm um caso com os seus Chefes” - o *e-mail* foi enviado para demonstrar a decepção por um veículo de comunicação permitir a exposição de uma pesquisa discriminatória que ofende e menospreza uma classe profissional. Outro ponto abordado foi uma explicação a respeito da profissão e sua importância.

III- Anúncio Locaweb, Revista Cliente S.A., edição de maio/08, página 35 - a

FENASSEC enviou *e-mail* à empresa Locaweb repudiando a propaganda com título “a secretária que não dominava o decote nem a internet”. A propaganda faz menção à profissão de secretária, menosprezando seu intelecto e como de costume, fazendo da mulher objeto sexual. Esse tipo de publicidade tem um pensamento completamente antiquado, tendo em vista as grandes mudanças ocorridas nessa classe profissional, sem contar no assédio sexual explícito em seu conteúdo.

Na seção seguinte, apresentamos a metodologia de pesquisa adotada e os procedimentos de coleta e análise do nosso *corpus*.

3 | METODOLOGIA DE PESQUISA

Para o desenvolvimento deste estudo, adotamos uma pesquisa qualitativa, de cunho bibliográfico, para que pudéssemos compreender as possíveis influências de etiquetas profissionais e dos estereótipos na atuação de secretários executivos. De acordo com Neves (1996, p. 2), a pesquisa qualitativa compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados.

Em seguida, realizamos uma pesquisa bibliográfica, consultando artigos, livros, publicações em revistas e também em *sites*. Através das informações extraídas, foi possível esboçarmos algumas reflexões relevantes sobre preconceitos, estigmas, como a sociedade considera o profissional de secretariado e como o mesmo estabelece o seu espaço de atuação junto ao mercado profissional, bem como as novas exigências que assumem. Ademais, intentamos compreender como a etiqueta profissional está presente e repercute na rotina desses profissionais.

De acordo com Macedo (1994, p. 13) a pesquisa bibliográfica é a busca de informações bibliográficas, seleção de documentos que se relacionam com o problema de pesquisa (livros, verbetes de enciclopédia, artigos de revistas, trabalhos de congressos, teses etc).

O corpus deste estudo é formado por artigos publicados no site “Super Secretária Executiva”, e abordam temas relacionados a etiquetas profissionais para secretários executivos.

A seguir, são apresentados os pressupostos teórico-metodológicos da Análise de Conteúdo.

4 | ANÁLISE DE CONTEÚDO

Muitas técnicas podem ser utilizadas por pesquisadores para o desenvolvimento de análises nos estudos de diversas áreas do conhecimento, sendo a Análise de Conteúdo uma das mais utilizadas, principalmente quando se trata de pesquisa qualitativa.

A análise de conteúdo pode ser definida de diversas formas por diferentes autores. Para Bardin (2011), a Análise de Conteúdo é um conjunto de instrumentos metodológicos gradativamente sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos bastante diversificados. De acordo com Berelson (1952, p. 18), conforme citado por Bardin (2011, p. 24), “a análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”.

A Análise de Conteúdo tem como objetivo esclarecer, evidenciar e aperfeiçoar a compreensão das palavras e o sentido do que está sendo dito, deixando de lado as incertezas que o texto pode gerar. Bardin (2011) afirma que a Análise de Conteúdo procura

entender o que está por trás das palavras. De modo semelhante, Chizzotti (2006, p. 98) argumenta que “o objetivo da análise de conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas”.

Em relação à utilização da técnica da Análise de Conteúdo, é importante levar em consideração o tipo de conteúdo que está sendo analisado, conforme ressalta Chizzotti (2006, p. 98):

A descodificação de um documento pode utilizar-se de diferentes procedimentos para alcançar o significado profundo das comunicações nele cifradas. A escolha do procedimento mais adequado depende do material a ser analisado, dos objetivos da pesquisa e da posição ideológica e social do analisador.

Essa técnica é considerada um procedimento clássico quando se fala em análise de material textual, sem que a origem desse material importe (BAUER, 2000 *apud* FLICK, 2009).

Sobre a aplicação da Análise de Conteúdo é importante entender de que forma os dados para a pesquisa podem surgir e de que maneira podem ser analisados. Para embasar a pesquisa, as informações podem surgir de variadas formas como, por exemplo, através de documentos, entrevistas e até do que é comunicado. Todos os dados que são obtidos precisam estar de acordo com o estudo a ser realizado, não pode ser algo sem sentido, precisam estar organizados e dentro de um contexto pré-definido, sendo este um dos princípios da análise de conteúdo, a organização e classificação dos dados coletados.

Bardin (2011) aborda, em seu livro intitulado Análise de Conteúdo, de forma didática e prática as fases dessa técnica. Ela define três fases principais, são elas: pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. No que diz respeito à pré-análise, a autora destaca que esta é a fase de organização dos dados coletados, em que será verificado o que pode ou não ser aproveitado, tendo por critério o que será relevante ou não para a pesquisa. Bardin (2011, p. 124) afirma que:

Geralmente, esta primeira fase possui três missões: a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentam a interpretação final.

A exploração do material é a fase seguinte da pré-análise, relaciona-se à ação, colocando em prática os conteúdos que foram considerados válidos para a pesquisa. É a fase da codificação, decomposição ou enumeração, de acordo com regras estabelecidas, como mencionado por Bardin (2011). A codificação é a parte do texto a ser analisado, expondo o porquê determinada parte será analisada, qual a importância e em que contexto está inserida. Bardin (2011, p. 133) afirma que:

Tratar o material é codificá-lo. A codificação corresponde a uma transformação - efetuada segundo regras precisas - dos dados brutos do texto, transformação esta que, por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo ou da sua expressão.

Bardin (2011) menciona que é preciso diferenciar a unidade de registro e a enumeração, a primeira é sobre o texto (o que será contado), e a segunda, a forma como ocorrerá a contagem. Após esta fase de enumeração, temos a fase de categorização, onde divide-se a parte escolhida para análise em categorias, o que facilita o desenvolvimento da análise.

Na categorização, Bardin (2011) afirma que há cinco critérios a seguir, são eles: semântico, sintático, léxico e expressivo. Classificar elementos em categorias impõe a investigação do que cada um deles tem em comum uns com os outros. Segundo afirma Bardin (2011, p. 148): “o que vai permitir o seu agrupamento é a parte comum existente entre eles”. O tratamento dos resultados obtidos e a interpretação são fases em que todas as informações da pesquisa são utilizadas para responder à problemática. Nessa fase, os dados são tratados e ganham significado, é possível também unir todas as informações em gráficos ou outros métodos que facilitem visualizar os resultados obtidos, como afirma Bardin (2011).

Em relação a inferência, Bardin (2011, p. 45, nota n. 7), traz o significado do Petit Robert, Dictionnaire de la langue Française, (S.N.L., 1972), como sendo “operação lógica pela qual se admite uma proposição em virtude da sua ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras”. A inferência serve para interpretar os resultados que foram obtidos. Após o entendimento sobre os métodos para realizar a análise de conteúdo e as técnicas necessárias para a realização de uma pesquisa, identificamos um blog intitulado “Super Secretária Executiva” que retrata diversas situações que secretários e secretárias enfrentam em seus cotidianos profissionais. Por conseguinte, selecionamos alguns artigos para darmos prosseguimento às análises.

Segundo Bardin (2011, p.147) a divisão das componentes da mensagem analisadas em rubricas ou categorias não é uma etapa obrigatória, no entanto as maiorias dos procedimentos organizam-se ao redor da categorização. Portanto, fizemos a operação de classificação dos elementos constitutivos do texto. Essa categorização é um processo que contorna a estrutura em duas etapas: o inventário (isolamento dos elementos) e a classificação (agrupar os elementos semelhantes).

Para esta análise, na primeira etapa, foi feita uma leitura dos textos, identificando as categorias. Na segunda etapa, foram criados quadros para demonstrar o desenvolvimento do processo. Para identificar a categoria, foram definidas unidades de registro e unidades de contexto. As unidades de registro são as palavras que contribuem para a criação das categorias e as unidades de contexto são os parágrafos que trazem compreensão sobre as palavras da unidade de registro.

A seguir, apresentamos as categorias identificadas nos artigos analisados, a saber: secretárias, estereótipos, etiquetas, elegância.

4.1 Resultados da Análise de Conteúdo

No quadro abaixo, é possível observar a quantidade e os títulos dos artigos que utilizamos na Análise de Conteúdo. Esta etapa é o ponto de partida para o desenvolvimento da análise, mediante seleção dos artigos que tratavam sobre temática escolhida.

Artigo 1	Qual o limite profissional da Secretária Executiva?
Artigo 2	No dia da Secretária...
Artigo 3	Look clássico
Artigo 4	Lições de etiqueta profissional – parte I

Quadro 1 - Artigos analisados do Site Super Secretária Executiva

Fonte: elaborado pelos autores

Em seguida temos o quadro 2, onde pode-se encontrar as unidades de registro e suas respectivas frequências de uso ao longo dos textos que foram retirados dos artigos analisados.

A partir da identificação das unidades de registro, os estereótipos podem ser facilmente identificados.

Artigo 1	Secretária 13x Estereótipo 1x
Artigo 2	Secretária 2x Elegante 1x
Artigo 3	Secretária 5x Elegante 3x Clássico 6x
Artigo 4	Secretária 6x Etiqueta profissional 7x Elegante 3x

Quadro 2 - Unidades de registro: palavras

Fonte: elaborado pelos autores

No quadro a seguir encontra-se a etapa em que foram definidas as unidades de contexto, que consiste na retirada de parágrafos dos artigos analisados para que seja possível a compreensão do contexto dos textos que serviram de base para a Análise de Conteúdo.

Com isso, a análise chega no seu ponto de aprofundamento, onde não somente será possível identificar os estereótipos e o tipo de etiqueta profissional que são relacionados ao profissional de secretariado executivo, como também será possível observar como esses temas são colocados nos textos.

Artigo 1	Do clássico <u>estereótipo</u> , marca registrada das secretárias durante muitos anos, restaram apenas raras e abomináveis piadas sem graça. O mundo moderno se rendeu, finalmente, ao poder dos profissionais da área de Secretariado Executivo, que se tornam funcionários cada vez mais importantes para as empresas de todos os setores.
Artigo 2	A sua empresa exige que você se vista de forma clássica, mas tem dúvidas de como compor um visual <u>elegante</u> , sem parecer extravagante ou séria demais? Maquiagem e cabelos também são essenciais para o visual, mas nada de exageros.
Artigo 3	Esse é um tema bem debatido por nós secretárias, o famoso look para o trabalho. As secretárias normalmente precisam estar mais sóbrias no ambiente de trabalho, com produções <u>clássicas e elegantes</u> .
Artigo 4	<u>Etiqueta</u> é isso, serve para que todos vivam de uma forma civilizada. Não é apenas porque é chique ou está na moda, e sim, um conjunto de princípios que faz com que cada um respeite o espaço do outro.

Quadro 3 - Unidades de contexto: parágrafos

Fonte: elaborado pelos autores

Por fim, o quadro 4 apresenta a etapa da categorização. Etapa essa que, com base nas anteriores e nos artigos analisados, é possível dividir em determinadas categorias os assuntos debatidos nos textos. Conforme tudo que foi analisado anteriormente, os estereótipos e as regras de etiqueta atribuídas aos profissionais são apresentados no quadro abaixo em categorias estabelecidas a partir das etapas anteriores. Nas categorias encontram-se os diversos tipos de estereótipos, etiqueta e os papéis atribuídos às secretárias que foram identificados nos artigos analisados.

Secretárias em papel decorativo	Etiqueta do silêncio	Estereótipo não-criativa	Secretarias antigas	Pequenas Empresas
Secretárias em papel de múltiplas funções	Etiqueta resignação	Estereótipo multifuncional	Secretarias antigas e modernas	Pequenas Empresas
Secretárias em papel de secretárias	Etiqueta elegância	Estereótipo executiva	Secretárias modernas	Grandes Empresas

Quadro 4- Categorias

Fonte: elaborado pelos autores

Segundo as análises expostas anteriormente, observa-se que a etiqueta profissional das secretárias antecessoras e das executivas contemporâneas tem uma base histórica que se pauta em princípios arraigados da educação e da elegância como, por exemplo, os

que dizem respeito ao próprio modo de se vestir e às relações com as pessoas do trabalho.

Mister ressaltar que, apesar de não ter sido o foco de nossa pesquisa, as imagens e fotografias de mulheres que constam da página eletrônica não contemplam a diversidade étnico-racial brasileira, tampouco a multiplicidade de corpos, uma vez que o *site* apresenta somente mulheres brancas e magras, posando com as roupas ideais para secretárias. Um dos pontos fortes que podemos destacar, a partir das análises que foram desenvolvidas neste artigo, são as mudanças no perfil profissional dos secretários. Esses profissionais assumem responsabilidades importantes no âmbito da administração, no desenvolvimento da organização, na economia e contabilidade, ou seja, elas detêm informações que vão muito além do domínio de algum idioma, gerenciar uma agenda, ou domínio de informática. Apesar de as tarefas terem sido modificadas, os estereótipos a respeito da profissão de secretários continuam vigorosamente presentes.

Esses estereótipos envolvem a mulher idealizada num tipo de aparência perfeita de profissional que se apresenta de modo impecável no ambiente de trabalho. Espera-se que elas sejam bem vestidas, bem maquiadas, bem resolvidas, elegantes e com um excelente comportamento. O *status* do corpo e da apresentação são tão importantes quanto as capacidades intelectuais para conquistar e manter um emprego. Ademais, esse ideal contemporâneo estereotipado impõe o padrão mulher branca e magra. Em se tratando da etiqueta profissional, observamos que as publicações do *site* “Super Secretária Executiva” reforçam, de certo modo, a postura e a função das secretárias como submissas às regras e às etiquetas no mundo em que trabalham. Essas características evocam visões sociais e culturais que norteiam as regras de etiqueta que são muitas vezes ultrapassadas e estereotipadas.

Em suma, nossas análises demonstraram como há uma significativa presença de estereótipos na profissão de secretariado executivo sob diversas formas e em múltiplas áreas de atuação desses indivíduos, assim como observamos que a etiqueta profissional pode ser um dos fatores que influenciam bastante as atividades dessa profissão.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo investigar como as etiquetas profissionais e os estereótipos influenciam na profissão de secretariado executivo, tomando como base a história da profissão, suas lutas, conquistas e o novo perfil formado a partir das transformações sociais e trabalhistas que ocorreram.

O secretário executivo é um profissional multitarefas e fica evidente o quanto possui capacidade técnica e teórica para ocupar cargos de importância em diversas organizações. É importante também percebermos que há uma cobrança excessiva e estereotipada quando se trata da imagem, postura e comportamento destes profissionais. Por meio dos estudos da história do desenvolvimento da profissão do secretário foi possível identificar

como surgem os estereótipos que mesmo com o passar do tempo permanecem fortes e intensos. Apesar de estarmos em um mundo globalizado, tais conceitos ainda permeiam e desqualificam a classe profissional dos secretários.

A pesquisa abrangeu estudos que trazem o tema dos estereótipos e da etiqueta profissional, o que nos faz refletir o quanto é um assunto importante para a sociedade e que está atrelado à cultura, pois cada país ou grupo social há uma situação diferente a ser analisada, por isso, é passível de mais estudos e para que essas barreiras ainda que antigas, mas que se arrastam para a contemporaneidade sejam eliminadas. A partir da análise de conteúdo das publicações do *site* “Super Secretária Executiva”, pudemos tecer considerações, extremamente relevantes para o desenvolvimento desta pesquisa, sobre as relações estabelecidas entre etiquetas profissionais e estereótipos e como esses influenciam o modo com os indivíduos interagem e se veem em suas interações pessoais e profissionais em diversas esferas sociais.

Por fim, desejamos que os tópicos não abordados neste trabalho sejam o cerne de pesquisas futuras, e que envolvam outras áreas do conhecimento, permitindo assim que diversos olhares favoreçam mudanças significativas nas situações enfrentadas cotidianamente pelos profissionais de secretariado executivo.

REFERÊNCIAS

10 ÓTIMAS DICAS DE ETIQUETA PROFISSIONAL. **Guia da Carreira**. [s.d.]. Disponível em: <<https://www.guiadacarreira.com.br/carreira/10-otimas-dicas-de-etiqueta-profissional/>> Acesso em: 5 jan. 2023.

ANDRADE, Elaine Cristina de; VILAS BOAS, Mara Cristina. Qual a themata do Secretário Executivo explorada pelo cinema à luz das Representações Sociais. **Revista Intersaberes**, Curitiba, ano 4, n. 7, p. 89-107, 2009. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/26444621-Qual-a-themata-do-secretario-executivo-explorada-pelo-cinema-a-luz-das-representacoes-sociais.html>>. Acesso em: 17 fev. 2023.

APRESENTAÇÃO. **FENASSEC**, [s.d.]. Disponível em: <https://fenassec.com.br/site/a_fenassec_apresentacao.html>. Acesso em: 5 fev. 2023.

A ORIGEM DA PROFISSÃO DE SECRETÁRIA. **FENASSEC**, [s.d.]. Disponível em: <https://fenassec.com.br/site/b_osecretariado_historico.html>. Acesso em: 06 mar. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BRASIL. **Parecer CES/CNE 0102/2004**. Disponível em: <<https://www.gov.br/mec/pt-br>>. Acesso em: 4 jan. 2023.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. (2a ed.). São Paulo: Cortez, 2006.

DE MACEDO, Neusa Dias. **Iniciação à pesquisa bibliográfica**. Edições Loyola, 1994.

DINIZ, Maria. Estereótipo na mídia: doxa ou ruptura. **3º Jornada multidisciplinar O Futuro: continuidade/ruptura**, p. 137-145, 2000.

FILHO, J. F. Mídia, estereótipo e representação das minorias. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 7, n. 2, 2009. DOI: 10.29146/eco-pos.v7i2.1120. Disponível em: <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1120> Acesso em: 1 mar. 2023.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. (3a ed., J. E. Costa, Trad.). São Paulo: Artmed, 2009.

GUENKA, Andréa. Dicas de comportamento e etiquetas em lives e reuniões virtuais. **Secretariado Sem Segredo**, 2021. Disponível em: <<https://secretariadosemsegredo.com.br/etiquetas-em-lives-e-reunioes-virtuais/>>. Acesso em: 5 jan. 2023.

GUIMARÃES, Marcio Eustáquio, **O Livro Azul da Secretária Moderna**. 24. ed. São Paul. Érica, 2008.

KALIL, Gloria. **Alô, chics!**. Ediouro, 2007.

LIÇÕES DE ETIQUETA PROFISSIONAL. **Super Secretária Executiva**, 2011. Disponível em: <<http://www.supersecretariaexecutiva.com.br/moda-posts/etiqueta-posts/licoes-de-etiqueta-profissional-%e2%80%93parte-i>> Acesso em: 5 jan. 2023.

LOOK CLÁSSICO. **Super Secretária Executiva**, 2016. Disponível em: <<http://www.supersecretariaexecutiva.com.br/moda-posts/etiqueta-posts/look-classico>> Acesso em: 10 fev. 2023.

MATARAZZO, Claudia. **Negócios, Negócios, Etiqueta faz Parte**. SP, Ed. Novatec, 2003.

NATALENSE, Maria Liana Castro. **A secretária do futuro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração, São Paulo**, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996.

NO DIA DA SECRETÁRIA. **Super Secretária Executiva**, 2011. Disponível em:<<http://www.supersecretariaexecutiva.com.br/secretariado/1114>> Acesso em 9 jan. 2023.

O QUE É ÉTICA?. **Código de Ética**. [s.d.]. Disponível em: <<https://codigo-de-etica.info/o-que-e-etica.html>> Acesso em: 02 mar. 2023.

PAIM, Altair dos Santos; PEREIRA, Marcos Emanuel. Estereótipos, boa aparência e a secretária executiva. **Secretariado Executivo em Revist**, v. 6, p. 29-40, 2012.

PEDROSO, Michele Tesser. **Qual o limite profissional da Secretária Executiva?** Super Secretária Executiva, 2010. Disponível em: <<http://www.supersecretariaexecutiva.com.br/secretariado/qual-o-limite-profissional-da-secretaria-executiva>> Acesso em 5 jan. 2023.

PEREIRA, Andréia Freitas. Etiqueta profissional. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) - **Universidade Federal de Rondônia**, Cacoal, 2008.

PROFISSÃO SECRETARIADO. **FENASSEC**, [s.d.]. Disponível em: <https://fenassec.com.br/site/b_osecretariado_profissao_secretariado.html>. Acesso em: 5 jan. 2023.

RABAÇA, C. A. & BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.

RESPEITO À IMAGEM. **FENASSEC**, [s.d.]. Disponível em: <https://fenassec.com.br/site/b_fenassec_respeito_imagem.html>. Acesso em: 5 fev. 2023.

ROSA, Luiza Maria Almeida; GOMES, Márcia. Telenovelas e imaginário social: estereótipos e simbologia na imagem de brasileiro representado. **INTERCOM**, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1196-1.pdf>> Acesso em: 1 mar. 2023.

SABINO, R. F.; MONTEIRO, O.; SOUZA, E. C. P. Homens em profissões de predominância feminina: o caso do Secretariado. In: VI Semana Acadêmica de Secretariado Executivo Trilíngue da Universidade Federal de Viçosa. **Resumos...** Viçosa: Curso de Secretariado Executivo Trilíngue, 2014, p. 1-4.

SABINO, R. F.; ROCHA, F. G. **Secretariado: do escriba ao web writer**. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.