



Os imaginários da profissão de secretariado em publicidades on-line de floriculturas no Dia da Secretária

Secretarial profession imaginary in flower shops online advertisements posted on “Secretary's Day”

Maíra Sant’Anna Guimarães¹

Ana Carolina Gonçalves Reis²

Resumo: A profissão de secretariado é marcada em nossa sociedade por algumas concepções cristalizadas, muitas delas em reforço a antigas práticas atreladas ao exercício profissional. Buscando entender a constituição dessas concepções no âmbito discursivo é que propomos este estudo. O objetivo deste artigo é analisar os imaginários sociodiscursivos (Charaudeau, 2011) construídos acerca da profissão de secretariado em publicidades on-line de três floriculturas, publicidades estas veiculadas no “Dia da Secretária” (30 de setembro) do ano de 2012. Como método de análise, valemo-nos da Análise do Discurso, que possibilita ao pesquisador apreender os efeitos de sentido da materialidade linguageira – no caso de nosso trabalho, verbo-icônica. Para Orlandi (2012), a Análise de Discurso não trata da língua, mas do discurso, que implica o simbólico da fala e considera o trabalho social geral constitutivo do homem e de sua história. Nosso aporte teórico abrangeu os estudos de Nonato Júnior (2009) e Sabino e Rocha (2004), no que se refere à profissão de secretariado, de Charaudeau (2011) e de Reis (2012), em torno de imaginários sociodiscursivos, e de Farina (1990) e Guimarães (2004),

¹ Egressa do curso de Secretariado Executivo Trilíngue da Universidade Federal de Viçosa. E-mail: maira.santanna@gmail.com

² Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais. Docente do curso de Secretariado Executivo Trilíngue da Universidade Federal de Viçosa. E-mail: carolinareis@ufv.br



no que concerne aos significados evocados pelas cores. A partir da análise empreendida, foi possível compreender de que maneira a profissão secretarial foi representada em sua data comemorativa no corpus elencado, o que nos demonstrou que, por um lado, aponta-se para uma representação contemporânea da profissão, mas, por outro, (ainda) recuperam-se imaginários cristalizados em torno do ofício.

Palavras-chave: Profissão secretarial; Imaginários sociodiscursivos; Análise do discurso.

Abstract: The secretarial profession is marked in our society by some crystallized conceptions, many of them reinforcing old practices linked to the professional exercise. Aiming to understand the constitution of these conceptions, in the discursive scope, we propose this study. This article is focused in analyzing the socio discursive imaginary (Charaudeau, 2011) built regarding the secretarial profession in online advertisements posted on the “Secretary's Day” (September 30th) in 2012 by three flower shops. As a method of analysis, we use the Discourse Analysis, which allows the researcher to seize the meaning effects of language materiality – in our work case, verb-iconic. For Orlandi (2012), Discourse Analysis does not deal with language, but with discourse, which implies the symbolic of speech and considers the general social work constitutive of a man and his history. Our theoretical contribution included the studies of Nonato Júnior (2009) and Sabino and Rocha (2004) regarding the secretarial profession, Charaudeau (2011) and Reis (2012), in the matter of socio discursive imaginary, and Farina (1990) and Guimarães (2004) regarding the meanings evoked by colors. From the analysis undertaken, it was possible to understand how the secretarial profession was represented on its commemorative date in the listed corpus, which demonstrated that, on one hand, it points to a contemporary representation of the profession, however, on the other hand, there are still recovered crystallized imaginary related to the occupation.

Keywords: Secretarial profession; Sociodiscursive imaginary; Discourse analysis.



1. Introdução

Este artigo deriva do projeto de pesquisa autônomo denominado “Análise de publicidades de floriculturas on-line veiculadas no Dia da Secretária”, realizado na Universidade Federal de Viçosa (UFV). Nosso intento foi estudar as imagens e os imaginários em torno da profissão de secretariado construídos em determinados discursos publicitários.

O secretariado é marcado em nossa sociedade por concepções cristalizadas, muitas delas em reforço a antigas práticas atreladas ao exercício profissional. Conforme exemplificado por Reis (2012), foi veiculado no jornal “O Globo”, edição de 25-9-2003, a seguinte chamada publicitária feita por um hotel na semana do Dia da Secretária: “Nossas camas são bem mais confortáveis que a mesa do escritório”¹, o que nos remete a uma representação da profissional como aquela que se envolve sexualmente com o seu superior, desvirtuando de uma alusão a competências técnicas e comportamentais requeridas pelo cargo.

Buscando, então, entender a configuração dessas concepções no âmbito discursivo é que propomos este estudo. Nosso objetivo é identificar e analisar os imaginários construídos por publicidades on-line de floriculturas no “Dia da Secretária” do ano de 2012. O “Dia da Secretária”, comemorado todo 30 de setembro, foi por nós escolhido em função de nesta data muitas empresas veicularem anúncios de produtos que podem ser adquiridos para se presentear os (as) profissionais. As publicidades, consoante Maingueneau (2005, p.72), são meios pelos quais circulam “estereótipos culturais”, logo, um trabalho com esse gênero discursivo nos possibilitaria identificar as construções sociais em torno da profissão.

Elencamos, assim, como objeto de estudo, os materiais publicitários divulgados em 30 de setembro de 2012 nos sites das empresas Bella Rosa Floricultura², Giuliana Flores³ e Viamore⁴. Consoante os pressupostos da Análise do Discurso, nosso aporte teórico-metodológico, por meio do discurso é possível verificar como os fatos e os fenômenos são significados; desse modo, buscamos analisar como a profissão secretarial foi significada a partir dessas publicidades.



2. Referencial teórico

2.1. A profissão de secretariado

Pesquisadores da área de secretariado expõem diferentes vertentes acerca da origem da profissão. Segundo Nonato (2009), por exemplo, sob uma ótica da religião, Eva teria sido a primeira secretária da história, uma vez que teve como atribuição o papel de assessorar Adão. Já considerando uma perspectiva histórica, a origem dessa ocupação poderia ser imputada aos escribas. De acordo com Sabino e Rocha (2004), estes primeiros secretários tinham como função principal acompanhar Alexandre Magno (Alexandre, o Grande), servindo na composição de seus exércitos e fazendo o registro das grandes conquistas do imperador.

Consoante esses mesmos autores, a carreira do secretariado seguiu o caminho da cultura e do saber, já que as atribuições do profissional estavam ligadas à leitura e à escrita, o que possibilitava ao secretário o acesso ao conhecimento. A proximidade dos secretários com o seu “senhor” acabava por atribuir a eles a fidelidade e a cautela para lidar com informações como características intrínsecas ao exercício da profissão.

Conforme ressaltam Sabino e Rocha (2004), a profissão começou com os homens: O fato de ela ser, como vemos hoje, caracterizada como maciçamente feminina teve início somente a partir da Primeira Guerra Mundial. Com a eclosão desse conflito, grande parte dos homens foi recrutada para os campos de batalha, o que acarretou em uma abertura do mercado de trabalho secretarial para a entrada das mulheres. A falta de mão de obra, somada ao conhecimento adquirido no gerenciamento dos lares, fez com que elas ocupassem os cargos de assessoramento, principalmente, nas fábricas têxteis. A partir dessa época, a profissão passou a ser eminentemente feminina. Primeiramente, pelo êxito no exercício das funções; em segundo lugar, em virtude de os salários pagos serem bem inferiores aos dos homens (Reis, 2012). Nesse sentido, as empresas iam sendo levadas a admitirem, cada vez mais, as mulheres para ocupação do cargo. Para Natalense (1998), apenas na década de 1980 é que há um retorno dos homens ao ofício de secretariar.



Como dito anteriormente, sobre a proximidade entre as profissionais de secretariado e os seus executivos, um problema comum que daí decorria, segundo Medeiros e Hernandez (2006), era o desrespeito às atribuições próprias da secretária. Isso marcava uma subserviência, característica que pode ser melhor entendida se analisarmos o cenário da profissão nas décadas passadas. Na década de 1950, consoante Reis (2012), passaram a ser delegadas à secretária prioritariamente as atribuições de ordem técnica. Naquela época, os requisitos para preenchimento do cargo eram uma boa educação (aqui entendida como gentileza e cordialidade) e o conhecimento (de forma generalizada) do escritório onde a mulher iria trabalhar. A concepção que se tinha da profissional era, então, a de uma figura maternal e submissa.

Na década de 1960, ter uma secretária para assessoramento era sinônimo de status para o superior. Nessa época, a profissional tinha a incumbência de cuidar de tarefas rotineiras e de realizar certas atividades não próprias do cargo, como resolver assuntos pessoais do executivo ou servir-lhe o café, por exemplo. Segundo Natalense (1998, p. 8), a denominação “secretária” passou aí a ser utilizada para designar as empregadas domésticas, o que acarretou a “desvalorização da verdadeira secretária, que somente há muito custo e na década de 1980 começa a resgatar a sua imagem de assessora organizacional”.

Conforme apontado por Reis (2012, p. 24), a década de 1970 é marcada por importantes mudanças na profissão. As secretárias passam a ser vistas como “membros ativos da gerência”. Já os anos 1980 são caracterizados por conquistas para a categoria, como a promulgação da lei de regulamentação da profissão no Brasil e a atuação profissional valorizada pelo domínio de conhecimentos. O ofício de secretariar nessa década trazia a concepção de parceria entre chefe e secretária, à diferença da ideia de subordinação, tão marcada em épocas anteriores. Vale ressaltar que a regulamentação da profissão estabeleceu a diferenciação entre Técnico em Secretariado e Secretariado Executivo. Tal diferenciação, além de singularizar os atributos específicos de cada uma das categorias, especificava os requisitos para exercício da carreira secretarial.



Por fim, dos anos 1990 até atualmente, o profissional de secretariado é vislumbrado pelas organizações como um funcionário com mais autonomia, sendo valorizado por suas habilidades gerenciais. Consoante Reis (2012, p. 25), “o assessoramento a empresários hoje demanda, dentre outras competências, conhecimentos gerenciais, domínio de idiomas, habilidades interpessoais, postura de liderança e compromisso com resultados”. Nesse sentido, o trabalho secretarial passou a requerer habilidades não apenas de execução, como também de gerenciamento por parte do profissional secretarial. Desse modo, evidenciam-se, na contemporaneidade, algumas mudanças nas atividades desempenhadas, como decorrência, inclusive, de novas demandas do mercado laboral, somadas a uma maior capacitação da mão de obra, possibilitada pelo acesso ao conhecimento formal.

2.2. O “Dia da Secretária”

Embora o “Dia da Secretária” tenha sido oficialmente reconhecido em alguns estados brasileiros somente na década de 1970 – como, por exemplo, em São Paulo, onde tal dia foi instituído pela Lei n. 1.421, de 26-10-1977 –, a origem da data comemorativa da profissão está ligada a um ocorrido da segunda fase da Revolução Industrial.

O inventor Christopher Sholes criou nessa ocasião um tipo de máquina que, para Sabino e Rocha (2004, p.8), “se tornaria fundamental para as atribuições dos secretários”. Lilian Sholes, filha de Christopher, fez, em 1873, a primeira demonstração de uso do equipamento: A máquina de escrever. Em 30 de setembro de 1950, dia em que foi realizado um concurso de datilografia para homenagear “o centenário de nascimento da primeira datilógrafa” (Nonato, 2009, p.90), instaurou-se o “Dia da Secretária”, dada a presença a presença maciça de mulheres na ocasião do concurso.

É curioso observarmos, no que concerne a essa data, que, apesar de na atualidade vivenciarmos um retorno dos homens ao exercício do secretariado, o 30 de setembro não é nomeado de “O Dia do Secretário” ou “O Dia do Profissional de Secretariado”. Conforme destaca Natalense (1998), a questão do gênero na designação da carreira secretarial é



controversa. Na Lei n. 7.377, de 30-9-1985, e na Lei n. 9.261, de 10-01-1996, é usado o gênero masculino: “Profissão de Secretário”, “o Secretário Executivo”. Já na Portaria n. 3.103, de 29-4-1987, que criou a Categoria Profissional Diferenciada, é empregado o gênero feminino (secretária). Ainda nesse quesito, se recorremos à entidade representativa da classe, a Federação Nacional das Secretárias e Secretários (FENASSEC), percebemos que ela faz alusão aos dois gêneros. No próprio site (www.fenassec.com.br, recuperado em 26 de maio, 2020) da instituição, evidenciamos a referência ao masculino nos textos com a utilização, por exemplo, de “a(o) secretária(o)”⁵.

A nosso ver, isso instaura e reflete algumas significâncias em termos socioculturais, motivo pelo qual o conceito de imaginários sociodiscursivos mostrou-se pertinente para buscar compreender os efeitos de sentido que se podem observar em três diferentes produções discursivas acerca da data.

2.3. Os imaginários sociodiscursivos

Como dissemos anteriormente, todo discurso carrega um conteúdo político e ideológico. Nesse aspecto, o discurso é tomado não como um reflexo, um espelho da realidade, mas como um espaço de construção significativa da realidade.

No que tange a essa construção significativa, Charaudeau (2007 como citado em Reis, 2012, p. 33) define o que ele denomina de imaginários sociodiscursivos. Estes, segundo o autor, estabelecem “a significação dos objetos do mundo, os fenômenos que aí se produzem, os seres humanos e seus comportamentos, transformando a realidade em real significativa”. Dito de outra forma, os imaginários podem ser entendidos como uma mecânica de significação dos objetos e dos fenômenos do mundo. Eles abarcam conceitos, ideias e valores de uma determinada sociedade (Reis, 2012).

À diferença dos estereótipos, os imaginários não carregam cargas valorativas – positivas ou negativas – e são construídos, como explana Charaudeau (2011), a partir dos saberes de crença e de conhecimento de determinados grupos de indivíduos.



No que diz respeito aos estereótipos, Amossy (2005, p. 125) pontua que “a estereotipagem, lembremos, é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado”. Dessa maneira, Charaudeau (2011) destaca que os imaginários, opostamente, não estabelecem verdades, de modo que não se ocupam das concepções de certo ou errado, motivo pelo qual optamos por trabalhar com esse conceito.

2.4. As cores

Em virtude de as publicidades com as quais trabalhamos serem compostas por textos e imagens, fez-se necessário nos valermos de uma abordagem sobre as cores, elementos constitutivos do artefato imagético.

As publicidades têm a finalidade de “atingir o indivíduo através de uma mensagem para incitá-lo a uma ação” (Farina, 1990, p. 117). Dessa forma, a utilização da cor como uma ferramenta languageira, para o mesmo autor, deve-se ao fato de ela não distinguir as pessoas pelo seu conhecimento linguístico.

Para Danger (1973), algumas associações de cores podem sugerir uma atmosfera ou criar um impulso no indivíduo alvo da publicidade. Conforme Farina (1990), quando as pessoas passam muito tempo olhando para o vermelho, uma cor quente, por exemplo, observa-se um estímulo em todo o sistema nervoso, acarretando a elevação da pressão arterial e a aceleração do ritmo cardíaco.

Desse modo, podemos depreender que há uma intencionalidade na seleção de determinadas cores para comporem um material publicitário. A esse respeito, Reis (2012, p. 42) destaca que uma “leitura adequada de qualquer cor demanda, por isso, que se considere, além dos seus aspectos físicos, químicos e biológicos, a intencionalidade de quem a emprega”. Assim sendo, os significados das cores, tomados em uma perspectiva discursiva, consideram a situação de comunicação na qual são empregadas. Esse ponto de vista coaduna com o de Guimarães (2004), segundo o qual a cor deve ser entendida como informação, posto que



desempenha determinadas funções quando aplicada com determinadas intenções e em determinados objetos.

3. Metodologia

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do presente estudo foi de natureza qualitativa. Segundo Lakatos e Marconi (2011, p. 269): “A metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento, etc”.

Ainda de acordo com esses autores (Lakatos & Marconi, 2008), toda pesquisa implica no levantamento de dados de variadas fontes. Essa etapa é importante para fundamentar o pesquisador em suas interpretações e análises.

Desse modo, buscamos, em um primeiro momento, fazer um levantamento bibliográfico a respeito de alguns estudos que nortearam o nossa investigação, como os relacionados aos imaginários sociodiscursivos e à significação das cores, por exemplo. Nosso intento foi averiguar como os conceitos de que nos valem foram abordados por diferentes autores. Nessa etapa foi relevante também levantarmos informações sobre a história da profissão de Secretariado e do “Dia da Secretária”.

Em um momento posterior, procedemos à seleção de nosso corpus. Este se constituiu de três publicidades on-line veiculadas em 30 de setembro de 2012 em três diferentes sites de floriculturas.

Após tal seleção, procedemos à análise. Como método de análise, lançamos mão da Análise do Discurso (AD), trabalhando à luz dos teóricos de Orlandi (2012) e Brandão (2005). A AD possibilita ao pesquisador aprofundar e interpretar o que está implícito na materialidade linguageira. Para Orlandi (2012), a Análise de Discurso não trata da língua em si, mas do discurso, que implica no simbólico da fala e no trabalho social geral constitutivo do homem e de sua história. Dessa forma, trata da “língua no mundo, com maneiras de significar, com



DOI

<https://doi.org/10.33228/scribes.2020.v1.10635>

homens falando, considerando a produção de sentidos enquanto parte de suas vidas” (Orlandi, 2012, p.15). Para a AD, os discursos não seriam portadores de significados a priori, mas de potenciais efeitos de sentido, constituindo lugares onde realidades e identidades tomam corpo. Materializados em forma de gêneros, os discursos carregam um conteúdo ideológico e político. Neles se instauram significações do mundo, não sendo a linguagem um reflexo da realidade; ao contrário, por meio da linguagem é que há uma construção significante da realidade.

Foi sob esse viés, portanto, que analisamos, as publicidades on-line do “Dia da Secretária” veiculadas pelas três floriculturas selecionadas, no intento de compreender como se constituem os imaginários sociodiscursivos acerca da profissão de secretariado por essas instâncias de produção do ato languageiro.

4. Análise das publicidades

4.1. Publicidade veiculada no site da Floricultura Bella Rosa

TELE ENTREGA: 3421-4855

Home Nossa Loja Produtos Ocasões Dicas Contato

Bella Rosa
floricultura

Dia da Secretária
30/SETEMBRO

Não esqueça de quem
SEMPRE lembra você!

descontos especiais
para empresas

<http://floriculturabelarosa.com.br/>
acesso em 06/10/2012



A primeira publicidade, do site da Floricultura Bella Rosa (www.floriculturabellarosa.com.br, recuperado em 6 de outubro, 2012), que analisamos traz uma mulher estampando-a. A figura feminina encontra-se com um telefone ao ouvido, como estivesse nele falando, e, ao lado, observam-se algumas flores.

No que se refere ao uso das cores, podemos destacar o rosa e o verde na composição da imagem. Este último, em nossos imaginários, remete à natureza, ao meio ambiente (Reis, 2012) e, portanto, mostra-se pertinente para ilustrar uma publicidade de uma floricultura. Segundo Danger (1973, p. 27), o verde traz a sensação de “campo, frescor, descanso, primaveras”. É curioso notarmos que o “Dia da Secretária”, ao qual a imagem faz referência, é celebrado em setembro, mês em que estamos na primavera no nosso país. Em nosso entendimento, essa associação estabelecida entre data, profissão e negócio da empresa corrobora para se criar a ideia de que um artefato de uma floricultura seja uma opção adequada para se presentear um ou uma profissional de secretariado na data comemorativa da carreira.

No que diz respeito à cor rosa, consoante Reis (2012, p. 108), “é interessante notarmos que ela está associada, em nossos imaginários sociodiscursivos, ao feminino”. Para Danger (1973), o rosa remete à gentileza e às mulheres. Desse modo, a publicidade evoca o imaginário da profissão de secretariado como categoricamente feminina. Podemos depreender também a construção desse imaginário pelo fato de que, em nossa sociedade, dar flores é uma prática comumente dirigida a mulheres, não a homens.

É interessante observarmos que as flores mostradas nessa publicidade não são da classe das rosas. Estas últimas são um tipo de flor, consoante nossos conhecimentos socioculturais, característico para se presentear alguém com quem se mantém relações de ordem pessoal. Rosas vermelhas, por exemplo, são comumente utilizadas para se presentear no dia dos namorados, uma vez que seu significado está associado ao amor e à paixão⁶. O fato, pois, de terem sido estampadas flores de outra classe (em nosso entendimento, aqui teríamos gérberas), leva-nos a depreender a alusão ao imaginário que remete a um profissionalismo nas relações entre chefe e secretária.



DOI

<https://doi.org/10.33228/scribes.2020.v1.10635>

Ainda no que tange à mulher que estampa a publicidade, é relevante mencionarmos que ela está desenhada em estilo *pin-up*⁷, o qual traz uma mistura de sensualidade com inocência. Essas características fazem alusão aos imaginários da profissão de secretariado típicos das décadas de 1950 e 1960: Carreira para mulheres belas, vaidosas e subservientes. Cumpre-nos destacar, também, o telefone que figura junto ao ouvido da personagem. O aparelho traz à baila o imaginário de profissão técnica, comum nos anos 1950, época em que as principais atividades desempenhadas pela secretária eram tarefas rotineiras, de caráter técnico (como atender telefonemas, agendar compromissos, datilografar e anotar recados).

Detendo-nos agora sobre a composição verbal da publicidade, passemos à análise dos dizeres ilustrados: “Não se esqueça de quem SEMPRE lembra você!” e “descontos especiais para empresas”. O primeiro dizer reafirma o imaginário de profissão técnica – veiculado imageticamente –, uma vez que os verbos “esquecer” e “lembrar” nos remetem a uma agenda e, portanto, à atribuição técnica de agendar compromissos. É possível postularmos também o imaginário de profissional maternal, pois lembrar-se de alguém é da ordem das relações pessoais, familiares (e não profissionais).

A nosso ver, ao enunciar que há abatimentos específicos nos preços dos produtos adquiridos por empresas, a floricultura busca atrair como clientes corporações que tenham profissionais de secretariado em seus quadros de funcionários.

4.2. Publicidade veiculada no site Giuliana Flores



Na publicidade criada pela empresa Giuliana Flores, temos uma figura pentagonal na cor amarela com a frase “Os 5 Poderes da Super Secretária” inscrita em vermelho. Ainda dentro do pentágono, conseguimos encontrar cinco vezes a figura do número 5. Há linhas saindo de trás dessa figura. Não é possível afirmar que estão ligadas entre si, mas podemos dizer que convergem para o centro da imagem. Ao que nos parece, uma estrela é o desenho formado pelas linhas convergentes e cada ponta (cinco no total) traz um predicado atribuído à secretária.

É interessante observarmos uma combinação do amarelo com o vermelho aliados a uma forma geométrica específica, o que nos leva a associar a imagem construída com a evocada



pela personagem do Super-Homem. Os atributos ligados ao profissional de secretariado, aqui, podem ser comparados com “superpoderes”. Desse modo, podemos depreender o imaginário de um (uma) profissional de secretariado multifuncional sendo veiculado. “Superpoderes” seria similar a “múltiplos poderes”, que, por sua vez, remeteria a “múltiplas funções”.

É possível pensarmos em uma associação entre os poderes e as atribuições do Secretário Executivo. O poder 1, “Heroína”, pode remeter aos atributos profissionais mencionados no Art. 4º da Lei n. 9.261, de 10-01-1996: “Assistência e assessoramento direto a executivos”⁸. Isso é corroborado pelos dizeres que a imagem traz: “Ela sempre te salva dos apuros do dia-a-dia”, ou seja, assim como o super-herói, a secretária teria a incumbência de auxiliar outrem (no caso, o chefe) em alguma demanda. Já o poder 3, “Tecla SAP (Traduz tudo o que os gringos falam)”, por exemplo, pode ser relacionado ao disposto no inciso VII daquele artigo: “Versão e tradução em idioma estrangeiro, para atender às necessidades de comunicação da empresa”⁹. Assim sendo, teríamos um imaginário relacionado a competências profissionais específicas de profissionais de Secretariado Executivo.

A frase inscrita no pentágono, as cinco atribuições destacadas e a frequência com que o número 5 é representado na imagem nos remetem ao Programa 5S. Essa metodologia de trabalho, adotada pelas empresas na atualidade, auxilia no alcance de padrões de qualidade, tendo como pilar a organização do local de trabalho baseada na disciplina, considerando-se cinco critérios: Senso de utilização, senso de ordenação, senso de limpeza, senso de saúde e senso de autodisciplina¹⁰. Nesse sentido, evidencia-se o imaginário relacionado à organização do profissional de secretariado (organização esta, inclusive, mencionada nas Leis n. 7.377, de 30-9-1985, e n. 9.261, de 10-01-1996, que dispõem sobre o exercício da profissão. Trata-se de um atributo demandado dos secretários desde décadas passadas até os dias de hoje).

Analisando as cores separadamente, podemos entender que o cinza traz, segundo Danger (1973), a sensação de calma e sobriedade requerida no meio profissional. Já o amarelo, ainda conforme Danger (1973), traz a alegria, que pode ser associada ao estado de excitação pela celebração do “Dia da Secretária”. Guimarães (2004) explica que o amarelo é a cor de maior luminosidade e a que menos sofre bloqueio, por isso, é utilizada para representação de



DOI

<https://doi.org/10.33228/scribes.2020.v1.10635>

atenção e alerta no código de trânsito, por exemplo. O amarelo induz a uma maior participação do receptor.

Cumpre-nos mencionar que o poder 2, “Braços de polvo – faz tudo ao mesmo tempo”, nos remete ao imaginário relacionado à multifuncionalidade do profissional de secretariado, da mesma forma que o poder 5 “Vidência – Ela se antecipa com mudanças” evoca uma competência de caráter administrativo relacionada à profissão. O profissional secretário, assim como o profissional administrador, prevê e age proativamente nos acontecimentos. Averiguamos, pois, imaginários que remetem a uma concepção da profissão após os anos 1980, quando o secretário passa a ser valorizado, segundo Reis (2012), pela competência, pelo domínio de múltiplos conhecimentos e pelas habilidades gerenciais.

Contudo, o poder 4 “Super memória – Para lembrar de prazos e datas” nos remete ao imaginário de caráter técnico relacionado ao agendamento (atributo, inclusive, concernente ao Técnico em Secretariado, conforme Art. 5º da Lei n. 9.261, de 10-01-1996).

4.3. Publicidade veiculada no site Viamore



Nessa publicidade, temos uma mesa de escritório e um computador com bilhetes colados na tela, demonstrando o local de trabalho da profissional (pode-se postular que seja o local de trabalho de uma secretária). Um bilhete maior com a frase “Presenteie a secretária da sua vida”



no canto esquerdo da imagem nos indica que está direcionado aos executivos ou à empresa (“Presenteie”, verbo no modo imperativo). O buquê de rosas localizado ao lado do mouse, à direita da imagem, materializa o presente sugerido.

Nessa composição, temos o vermelho e o amarelo com maior destaque. O vermelho aplicado na palavra “secretária” e nas rosas da mesa nos remete, segundo Danger (1973), ao calor, à paixão e à excitação. As rosas, conforme dissemos anteriormente, sugerem a ideia de proximidade, de relação afetiva entre secretária e chefe. O amarelo do bilhete, como já foi explicitado na análise 4.2., segundo Guimarães (2004, p. 29), “é a cor que mais contribui para a fixação da informação na nossa memória”, trazendo, assim, uma mensagem que a floricultura almeja que seja apreendida pelo seu leitor ou potencial consumidor.

Podemos, então, entender a alusão ao imaginário sociodiscursivo da secretária que se envolve amorosamente com o superior, tanto pelo artefato imagético como pelo linguístico. Primeiramente, por causa do coração que aparece substituindo a letra “o” em “Viamore”. Em nossos imaginários, esse símbolo está relacionado a afeto. Em segundo lugar, o próprio slogan da empresa, “Cultivando emoções”, traz a ideia de estabelecimento de relações. Essas nossas percepções se confirmam com a utilização da cor vermelha, ligada à paixão, presente, inclusive, na coloração da rosa. Rosas vermelhas, em nossas representações socioculturais, são presentes dados a pessoas – comumente mulheres – com quem se tem algum relacionamento afetivo. Por fim, retomando a frase do bilhete, “Presenteie a secretária da sua vida”, o uso do pronome possessivo “sua” cria uma ligação de submissão com e de propriedade do superior. Destaca-se que, mais uma vez, constatamos o imaginário da profissão de secretariado como carreira eminentemente feminina.

5. Considerações finais

Como pudemos evidenciar em nossas análises, as publicidades trazidas pelas floriculturas on-line no Dia da Secretária analisadas veiculam diferentes imaginários acerca da profissão de Secretariado (e Secretariado Executivo). Assim sendo, verificamos, por um lado,



representações da classe secretarial como profissão eminentemente feminina, de caráter técnico e marcada por uma ideia de proximidade com o superior; por outro, construções que evocam as habilidades de gerenciamento, multifuncionalidade, competência e profissionalismo.

Nesse sentido, comprovamos, assim como Reis (2012, p. 132), que vivemos em uma fase de transição nas hegemonias de imaginários sobre o secretariado. Para autora, “no caso da secretária, entendemos, pois, haver imaginários e imagens que tendem a se enfraquecer, assim como alguns que tendem a se fortalecer”.

Cabe destacar que nosso intento não foi avaliar se tais imaginários são positivos ou negativos, certos ou errados, pois o conceito de imaginários não se atém em arregimentar valores. O que buscamos, assim, foi apenas lançar algumas reflexões acerca do modo como a carreira é representada em determinados discursos publicitários na contemporaneidade.

Referências

- 5S. *O que é 5S*. Recuperado em 14 de agosto, 2013, de http://www.5s.com.br/e/a_oquee5s/a_oquee5s.htm.
- Amossy, R. (2005). *O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos*. In: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto.
- Brandão, H. N. (2005). *Introdução à análise do discurso*. (2ª Ed.). Campinas, SP: Editora da UNICAMP.
- Charaudeau, P. (2011). *Discurso Político*. (2ª Ed.) Tradução: Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto.
- Danger, E. P. (1973). *A Cor na Comunicação*. Tradução: Ilza Marques de Sá – Rio de Janeiro: Forum Editora LTDA.
- Farina, M. (1990). *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo: Edgar Blücher.
- Flores e presentes online. *Significados das flores*. Recuperado em 14 de agosto, 2013, de <http://www.florespresentesonline.com.br/significado-das-flores.htm>.



- Giuliana flores. *Curiosidades sobre o dia dos namorados*. Recuperado em 27 de setembro, 2012, de <http://www.giulianaflores.com.br/Curiosidades-Sobre-o-dia-Da-Secretaria/gsecretaric/>.
- Guimarães, L. (2004). *A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores*. São Paulo: Annablume.
- Lakatos, E. M. & Marconi, M. A. (2008). *Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos*. (7ª Ed.). São Paulo: Atlas.
- Lakatos, E. M. & Marconi, M. A. (2011). *Metodologia científica*. (6ª Ed.). São Paulo: Atlas.
- Mangueneau, D. (2005). *Ethos, cenografia, incorporação*. In: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto.
- Medeiros, J. B. & Hernandes, S. (2006). *Manual da Secretária*. São Paulo: Atlas.
- Mente flutuante. *O que é pin-up*. Recuperado em 15 de agosto, 2013, de <http://menteflutuante-up.blogspot.com.br/2013/01/o-que-e-pin-up.html>
- Natalense, L. (1998). *A secretária do futuro*. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed.
- Nonato, R., Jr. (2009). *Epistemologia e teoria do conhecimento em secretariado executivo: a fundação das ciências da assessoria*. Fortaleza, CE: Expressão Gráfica.
- Orlandi, E. P. (2012). *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. (10ª Ed.). Campinas, SP: Pontes Editores.
- Sabino, R. F. & ROCHA, F. G. (2004). *Secretariado: do escriba ao webwriter*. Rio de Janeiro: Brasport.
- Reis, A. C. G. (2012). *Imagens e Imaginários da profissão de secretariado na revista Excelência*. Dissertação de mestrado, UFMG, Belo Horizonte, MG, Brasil.
- Viamore. *Datas especiais - Dia da Secretária*. Recuperado em 6 de outubro, 2012, de <http://www.viamore.com.br/datas-especiais-1/dia-da-secretaria.html>.



DOI

<https://doi.org/10.33228/scribes.2020.v1.10635>

Notas:

¹ Disponível em: http://www.fenassec.com.br/b_fenassec_respeito_img_elegance.html. Recuperado em 26 de maio de 2020.

² Bella Rosa Floricultura – Disponível em: www.floriculturabellarosa.com.br/. Recuperado em 6 de outubro de 2012.

³ Giuliana Flores – Disponível em: <http://www.giulianaflores.com.br/>. Recuperado em 27 de setembro de 2012.

⁴ Viamore – Disponível em: <http://www.viamore.com.br/>. Recuperado em 6 de outubro de 2012.

⁵ Dado disponível em: http://www.fenassec.com.br/c_artigos_perfil_mundo_tira_chape_prof_secretariado_brasileiro.html. Recuperado em 26 de maio de 2020.

⁶ Disponível em: <http://www.floresrepresentesonline.com.br/significado-das-flores.htm>. Recuperado em 14 de agosto de 2013.

⁷ Termo utilizado para designar as imagens de mulheres com forte atrativo sensual que eram ilustradas em revistas, cartões postais e, principalmente, calendários para os soldados na Segunda Guerra Mundial. Fonte: <http://menteflutuante-up.blogspot.com.br/2013/01/o-que-e-pin-up.html>. Recuperado em 15 de agosto de 2013.

⁸ Disponível em: https://www.fenassec.com.br/b_osecretariado_lei_regulamentacao.html. Recuperado em 26-5-2020.

⁹ Disponível em: https://www.fenassec.com.br/b_osecretariado_lei_regulamentacao.html. Recuperado em 26-5-2020.

¹⁰ Disponível em: http://www.5s.com.br/e/a_oquee5s/a_oquee5s.htm. Recuperado em 14-8-2013.