

Análise sociossemiótica e visual do(a) profissional de secretariado representado(a) nas capas da revista excelência

Laís Gonçalves Natalino*

Resumo

A profissão de secretariado, tema da presente pesquisa, é, frequentemente, desconsiderada e estereotipada nas mais diversas práticas discursivas (LUGLI, 2015), sendo os veículos de comunicação os principais responsáveis pelas representações socialmente construídas. Considerando que a forma como os profissionais são visualmente representados influencia substancialmente nessas construções, o presente estudo tem como objetivo analisar como a profissão de secretariado e consequentemente o(a) profissional da área são visualmente representados em oito capas da revista especializada Excelência veiculadas de 2012 a 2013. A ancoragem teórico-metodológica da pesquisa fundamenta-se na sociossemiótica visual e em alguns elementos da Gramática do Design Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; MOTA-RIBEIRO, 2010). No geral, observou-se que as representações visuais giram em torno de profissionais mulheres, brancas e jovens, realizadas, bem-sucedidas e fe-

lizes profissionalmente e tais características dialogam e se reproduzem em outras práticas sociais e discursivas que constroem as representações da profissão e a identidade dos(as) profissionais.

Palavras-chave: Representações visuais. Secretariado. Sociossemiótica visual.

1 Introdução

A profissão de secretariado, durante muito tempo, tem sido estereotipada nas mais diversas práticas discursivas (LUGLI, 2015) e a forma como os profissionais são visualmente representados influencia substancialmente nessas construções. Partindo dessa situação e considerando que o momento atual dá espaço para pesquisas e discussões que desnaturalizem esses paradigmas relacionados à profissão, o presente estudo tem como objetivo analisar como

<http://dx.doi.org/10.5335/ser.v13i0.8101>

* Graduada em Secretariado Executivo Trilíngue pela Universidade Estadual de Maringá (UEM) e mestra em Estudos da Tradução pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Já atuou como assessora executiva, gestora de projetos e professora universitária em disciplinas de língua estrangeira e secretariado. E-mail: laisnatalino@hotmail.com

o secretariado e consequentemente o(a) profissional da área são visualmente representados em capas da revista.

Dessa forma, ao compreender que os textos são manifestações materiais de atos de linguagem e que esse apresentam características recorrentes, as quais permitem classificá-los em gêneros (CHARAUDEAU, 2009), utilizo como objeto de estudo o gênero capa de revista, o qual, segundo Puzzo (2009a, 2009b) constrói-se por meio da composição híbrida de texto e imagem, remetendo o público-alvo a modelos sociais pré-construídos, que, compartilhados e configurados como recorrentes, orientam à identificação genérica, permitindo o seu reconhecimento imediato como tal.

Puzzo (2009a, 2009b) considera que a capa apresenta-se como a vitrine de uma revista e, de acordo com a autora, além do caráter híbrido revelado por meio da utilização de diferentes modos semióticos em sua composição, apresenta também hibridismo no que se refere às funções comunicativas a que atende, isto é, a de informar e, ao mesmo tempo, persuadir. Nesse sentido, além de informar o público-alvo sobre os assuntos tratados na edição da revista, divulga o próprio produto “revista”, na tentativa de atrair sua atenção e/ou persuadi-lo à leitura.

Medeiros, Borges e Miranda (2010) consideram as capas de revista como um sistema de signos cujo sentido ou significado é mediado pela relação entre as imagens e o texto que as acompanha, nesse sentido, tanto a manchete (texto) como a ilustração (imagem) servem de âncora e suporte para espelhar o conteúdo principal da revista, o que,

consequentemente, retratam um ponto de vista, opiniões e ou intenções representativas da visão de mundo compartilhada por sujeitos de uma determinada esfera social. Assim, considerando que a capa da revista espelha seu conteúdo, os autores entendem que sua composição é o discurso diretamente dirigido a quem lhe interessa (MEDEIROS; BORGES; MIRANDA, 2010).

Para Polchlopek (2011), as capas das revistas traduzem o modo como um fato é relatado em contextos culturais diversos, revelando o posicionamento ideológico dos veículos de comunicação em questão. Sendo assim, ao analisar capas de revistas é possível apreender representações pertencentes ao ambiente cultural observado e essas representações são construídas por meio de um sistema de valores, práticas e ideias que tornam possível a comunicação entre os membros de uma comunidade discursiva¹, fornecendo-lhes um código para nomear e classificar aspectos do mundo e da realidade individual e social (MOSCOVICI, 2007).

A análise apresentada neste artigo² contempla o estudo de capas de oito edições da revista Excelência veiculadas de 2012 a 2013 e tem como objetivo central observar as representações visuais dos(as) profissionais de secretariado nesse contexto. Para tanto, ancoro-me na perspectiva teórica e metodológica da sociosssemiótica visual, bem como em alguns elementos da Gramática do Design Visual de Kress e van Leeuwen (1996).

A pesquisa justifica-se nas constantes concepções negativas relacionadas à profissão de secretariado, as quais invo-

cam valores morais dominantes, os quais são, frequentemente, reproduzidos pelos meios de comunicação, que funcionam como os principais responsáveis pela disseminação de representações socialmente construídas, as quais, por sua vez, dialogam e se (re)produzem, contribuindo para que as representações se perpetuem. O tema ganha ainda maior relevância ao compreendermos que as representações influenciam na formação da identidade dos(as) profissionais, principalmente daqueles que estão em formação ou iniciando sua atuação em um mercado de trabalho cada vez mais volátil, que exige um posicionamento profissional consciente e crítico frente aos desafios da conjuntura profissional do secretariado.

Cabe esclarecer meu lugar de fala dentro deste estudo. Parto do lugar de ex-estudante e profissional de secretariado, portanto, com alguma vivência e experiência relacionada ao objeto de investigação: as representações acerca da profissão. Observo as representações a partir do viés da linguagem, assumindo uma perspectiva crítica e tratando o estudo também como um projeto politicamente investido que busca mudança nos modelos de representação da profissão. Destaco também nessa sessão introdutória que optei escrever este artigo em primeira pessoa, o que faço sem receio de perder a cientificidade, visto que sigo o rigor acadêmico necessário, no entanto, assim como Nonato Júnior (2011), não creio na ciência neutra, mas, sim, nela implicada às nossas produções como sujeitos, profissionais, pesquisadores e agentes transformadores da realidade.

Para localizar o leitor na presente leitura, cabe mencionar que o artigo encontra-se dividido em: sessão introdutória, com um panorama geral da proposta de pesquisa; apresentação do referencial teórico utilizado, dando ênfase à *sociossemiótica visual* e à *Gramática do Design Visual*; exposição dos aspectos metodológicos concernentes à pesquisa, bem como a apresentação do *corpus* de análise e procedimentos de coleta; os resultados e discussões a partir da análise realizada; e as considerações finais.

2 Referencial teórico

2.1 A *sociossemiótica visual*

A *sociossemiótica visual*, influenciada pela abordagem da *semiótica social* hallidayana e desenvolvida por Kress e van Leeuwen (1996), centra-se, essencialmente, em uma gramática e/ou sintaxe do visual, ou seja, no modo como as estruturas visuais combinam elementos da imagem produzindo significados e formando um todo significativo.

Enquanto abordagem teórica, a *sociossemiótica visual* constitui uma forma crítica de análise de discurso visual, considerando as imagens como meio de articulação de posições ideológicas e como atividade social; e, enquanto ferramenta metodológica, “fornece instrumentos metodológicos para analisar sistematicamente imagens como imagens, uma vez que posiciona os recursos visuais como possuindo uma gramática visual específica” (MOTA-RIBEIRO, 2010, p. 21).

Nessa teoria, “o social” é produtor de significado, assim como de processos

e formas semióticas, logo, a teoria é sociosemiótica (MOTA-RIBEIRO, 2010 apud KRESS, 2010, p. 54). Os textos visuais, por conseguinte, são “locais” onde as pessoas utilizam recursos semióticos para produzir artefatos comunicativos e os interpretar no contexto das práticas e situações sociais (MOTA-RIBEIRO, 2010 apud KRES VAN LEEUWEN, 2005).

Nesse sentido, essa abordagem assume que os recursos semióticos são socialmente construídos ao longo do tempo, ou seja, articulam os significados (sociais, individuais, afetivos) exigidos pelos requisitos de diferentes comunidades (BEZEMER; JEWITT, 2010, p. 5). Assim, a utilização de recursos semióticos sempre está cultural e historicamente situada, sendo esses recursos utilizados para a produção de signos em contextos sociais concretos e específicos.

Considerando que os discursos são conhecimentos socialmente construídos, isto é, desenvolvidos em contextos sociais específicos e adequados aos interesses de atores sociais presentes nesses contextos, a sociosemiótica representa um instrumento-chave para a compreensão desse processo, uma vez que nos permite examinar as estruturas visuais de imagens (tanto na sua forma como em seus conteúdos e em suas articulações com discursos) e compreender como as representações visuais refletem e/ou reforçam significados sociais partilhados de algum modo ao nível do senso comum (MOTA-RIBEIRO, 2010).

Para a sociosemiótica, a representação é um processo no qual os produtores dos signos

[...] procuram criar uma representação de qualquer objeto ou entidade, seja física ou semiótica, e no qual o seu interesse no objeto, no momento de fazer a representação, é complexo, emerge da história cultural, social e psicológica do produtor do signo e é enquadrado pelo contexto específico no qual o produtor produz o signo (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 7).

Para Halliday (1985) os componentes essenciais do significado na língua são componentes funcionais, ou seja, a função está relacionada à produção de significados, denominados por ele como metafunções. Tais significados e/ou metafunções são divididas em: ideacional (tem a função de criar representações); interpessoal (revela o papel que a linguagem desempenha na criação de interações entre quem produz a mensagem, quem escreve ou fala, quem recebe, quem lê ou quem ouve); e textual (aglutina partes individuais da representação e interação em tipos de conjuntos que reconhecemos como tipos específicos de texto ou evento comunicativo).

A perspectiva sociosemiótica desenvolvida por Kress e van Leeuwen compartilha desses significados e, nesse sentido, a comunicação visual é vista como uma atividade social que, em contextos específicos, constrói representações da experiência e representações do mundo (função representacional), das interações sociais entre o receptor e o produtor da imagem (função interacional) e representações da construção visual do mundo (função composicional).

A seguir apresento os elementos de cada uma das dimensões relacionadas às representações, no entanto, cabe destacar que nem todos os elementos

foram utilizados na análise apresentada neste artigo, visto que esta se trata de uma análise inicial que fundamentará discussões futuras relacionadas às representações da profissão.

2.2 Dimensão representacional

No que se refere à dimensão representacional, a gramática visual disponibiliza a representação dos participantes humanos a partir da aparência (idade, raça/etnia, corpo, cabelo, aspecto) e atitude (expressão facial, pose, vestuário) dos participantes representados³.

A gramática visual também considera os tipos de representação: narrativas, quando representam uma ação social, ou conceituais, quando representam construções sociais. As representações narrativas são sempre marcadas pela presença de um ou mais vetores que ligam os participantes, já as representações conceituais são marcadas pela ausência desses vetores.

Conforme mencionado, as representações narrativas identificam-se pela presença de um vetor que “liga” os participantes representados e é, também, uma forma de identificar dois tipos de processos: acionais e reacionais. Os processos acionais incluem três tipos principais de representações narrativas: as não transacionais (um vetor emana de um participante representado (ator), mas que não se dirige a outro participante); as transitivas (o vetor dirige-se a outro participante), podendo ser unidirecionais (um participante é o ator/agente, o outro é o alvo da ação) ou bidirecionais (ambos os participantes

são simultaneamente representados no papéis de ator/agente).

Já os processos reacionais dizem respeito a ações que têm que ver com o olhar, nesse caso, o vetor tem a forma do olhar de um ou mais participantes. Quando um participante olha para outro, temos uma reação transacional; quando este olha para algo fora da imagem, temos uma reação não transacional.

Além das representações narrativas, Kress e van Leeuwen propõem as representações conceituais, que são divididas em: classificativas (em que há uma relação taxinômica entre os participantes representados), analíticas (participantes representados a partir de uma relação de parte/todo) e simbólicas (dizem respeito ao significado ou à identidade de um participante).

A gramática visual também considera, na dimensão representacional, o cenário, fundo, objetos e adereços em cena. Trata-se dos participantes não humanos que se relacionam com os participantes humanos nos processos representativos.

2.3 Dimensão interacional

A dimensão interacional diz respeito a padrões de interação entre o receptor e o que é mostrado no espaço de representação, caracterizando, assim, os significados interpessoais. A distância ou afinidade social é medida, por exemplo, pelo tamanho da moldura e pelos tipos de enquadramento, codificando uma relação imaginária de maior ou menor distância social.

A distância ou a afinidade social é medida pelo tamanho da moldura e dos tipos de enquadramento e pode codifi-

car uma relação imaginária de maior ou menor distância social e a atitude é expressa pelo ângulo frontal ou oblíquo, determinando poder, ângulo alto ou baixo e no nível dos olhos, determinando realismo, além disso, os ângulos também determinam poder, envolvimento ou distanciamento. O quadro a seguir traz as representações de atitude com base em Kress e van Leeuwen (2006).

Quadro 1 – Representações de atitude nas composições

Interação	Atitude/ Codificação
Olhar para o espectador	Demanda
Ausência de olhar para o espectador	Oferta
Enquadramento próximo	Íntimo/pessoal
Enquadramento médio	Social
Enquadramento distante	Impessoal
Ângulo frontal	Envolvimento
Ângulo oblíquo	Distanciamento
Ângulo alto	Poder do espectador
Ângulo em nível dos olhos	Igualdade
Ângulo baixo	Poder do participante representado (PR)

Fonte: Natalino, 2014, p. 58.

O tipo de representação também é expresso a partir da orientação do código, que pode ser:

- naturalístico, que trata do senso comum de codificação e que permanece, por enquanto, como dominante em nossa sociedade, isto é, não exige capacidade intelectual para sua codificação;

- sensorial, normalmente associado ao princípio do prazer e em que as cores são fonte de significados afetivos – como na publicidade, na moda, embalagens de comida etc.;
- tecnológico, que tem como princípio dominante, a “eficácia” da representação visual e, nesse contexto, a cor exerce pouca finalidade, ou seja, tem baixa modalidade); e
- abstrato, utilizado pelas elites socioculturais, isto é, marcam uma distinção social para aqueles capazes de produzir significados a esse tipo de orientação de codificação.

Kress e van Leeuwen (2006) consideram que as cores formam parte do conjunto de recursos selecionados para atribuir significados à composição, isso é feito de acordo com necessidades, interesses e em um determinado contexto comunicativo. Os autores apresentam as características distintivas da cor e a partir desse recurso é discutido acerca da materialidade dessas e como elas podem construir significados (NATALINO, 2014, p. 61). Algumas das categorias para a interpretação das cores empregadas nas composições são: a modulação, a saturação, a diferenciação, a iluminação e o brilho.

2.4 Dimensão composicional

A dimensão composicional refere-se ao modo como os padrões de representação e os padrões de interação se relacionam e se articulam, formando o todo significativo, ou seja, o texto visual. Compreende a dimensão composicional: o valor informativo (relacionado ao posi-

cionamento dos elementos na composição – direita/esquerda – e o valor informativo relacionado), a saliência (hierarquização dos elementos) e a delimitação (ligação dos elementos utilizando linhas de moldura, descontinuidades de brilho ou saturação da cor, por exemplo). Em minhas análises não pretendo me aprofundar na dimensão composicional, visto que meu foco está nas representações visuais dos(as) profissionais.

3 Procedimentos metodológicos

Silva e Menezes (2005) classificam as pesquisas de acordo com quatro aspectos: a) sua natureza; b) a abordagem do problema; c) o ponto de vista de seus objetivos; e d) os procedimentos técnicos adotados. Considerando tais formas de classificação, tem-se, aqui, uma pesquisa aplicada, qualitativa, exploratória e que faz uso dos procedimentos técnicos de pesquisa bibliográfica e documental.

Ainda, de acordo com Silva e Menezes (2005, p. 10), pesquisar é procurar respostas para indagações propostas. Partindo dessa concepção, tem-se, aqui, uma pesquisa que tem origem a partir de questionamentos e inquietações relacionadas às representações visuais da profissão de secretariado em capas de revistas, mais especificamente na revista *Excelência*, uma publicação brasileira, impressa, paga, com periodicidade trimestral, produzida e distribuída pela Federação Nacional das Secretárias e Secretários (Fenassec).

A revista teve suas edições lançadas durante 10 anos, de 2003 até 2013,

e conta com uma tiragem de 10.000 exemplares (REIS, 2012). Tem por objetivo o compartilhamento da capacidade intelectual da categorial secretarial entre profissionais, estudantes e docentes. Atualmente, a comercialização e a divulgação da revista são feitas por meio do site da Fenassec, meio pelo qual foram adquiridas as edições utilizadas nesta pesquisa. Após o recebimento dos exemplares, cordialmente enviados pela Fenassec, foi feita a seleção das edições a serem utilizadas como *corpus*, o que foi feito a partir do critério cronológico, considerando as publicações mais recentes. Assim, foram selecionadas oito edições da revista *Excelência* veiculadas nos anos 2012 e 2013⁴. Depois de selecionadas, as edições tiveram suas capas escaneadas e arquivadas para posterior análise.

Considerando, a multimodalidade dos textos que compõe o *corpus*, isto é, o emprego de mais de um modo semiótico em sua composição e interpretação, as análises dos elementos visuais procederam a partir do viés da sociosemiótica visual, utilizando alguns elementos da Gramática do Design Visual, que direcionam para as experiências e representações do mundo (função representacional), interações sociais entre o receptor e o produtor da imagem (função interacional) e representações da construção visual da realidade apresentada (função composicional).

O quadro que segue traz as dimensões de análise contempladas em blocos, tal metodologia foi aplicada por Mota-Ribeiro (2010) e também utilizada no presente estudo.

Quadro 2 – Recursos e estruturas visuais

I - Dimensão representacional

TIPOS DE REPRESENTAÇÃO

Representações narrativas

Representações conceituais

REPRESENTAÇÃO PARTICIPANTES

Número e sexo

Caracterização:

1 – Aparência

idade

raça/ etnia

corpo

cabelo

aspecto

2 – Atitude

expressão facial

pose

vestuário

TIPO FEMINILIDADE/ MASCULINIDADE

CENÁRIOS, FUNDOS

ADEREÇOS, OBJETOS

II – Dimensão interacional

Ato da imagem (tipo de contato)

Tamanho do enquadramento/ escalas de planos (distância social)

Ângulo (horizontal-envolvimento/ vertical-poder)

Marcadores

Saturação da cor (preto e branco/saturação máxima)

Diferenciação cromática (máxima/monocromatismo)

Modulação cromática (modulação máxima / cor plana)

Contextualização

Tipo de representação

Profundidade / perspectiva (presente / ausente)

Iluminação

Brilho

III – Dimensão composicional

Valor informativo

Esquerda/Direita:Dado/Novo

Cima/Baixo: Ideal /Real

Tríptico e circular

Saliência

Delimitação

Mensagem linguística e relação

Síntese significados/ recursos visuais/representações

Discursos

Fonte: Mota-Ribeiro, 2010.

4 Resultados e discussões

Começo minha discussão com a análise da dimensão representacional das capas, tratando especificamente das representações dos participantes humanos no que se refere a número, sexo e papéis. Como pode ser observado no compilado das capas da Figura 1, a seguir, das oito capas analisadas, apenas uma não utiliza figuras femininas, sendo que nessa também não há ne-

nhum outro participante representado e a composição é construída apenas por objetos/ participantes não humanos. Isso demonstra e confirma que é bastante recorrente o uso da figura da mulher como forma de representar a profissão no Brasil. Além dessa questão, observou-se a presença substancial de mulheres brancas e jovens, o que direciona para o perfil representacional das profissionais (mulheres) no país.

Figura 1 – Capas revista Excelência (2012-2013)



Fonte: elaborada pela autora com base em Fenassecc, 2012, 2013.

Em 2012, de acordo com a Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio (PNAD)⁵, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), da composição total da população brasileira, 49,2% representavam os empregados com carteira assinada no setor privado, o que correspondia a 11.287 mil trabalhadores. Desse número 58,7% eram homens e 45,6% mulheres, sendo 49,4% de cor branca e 49,2% de cor preta ou parda.

Ainda de acordo com os dados do IBGE (2010), embora as mulheres sejam maioria na população com 10 anos ou mais de idade, elas são minoria na população ocupada⁶, sendo maioria entre os desocupados e entre a população não economicamente ativa. Além disso, dentre as mulheres desocupadas 54,2% tinham de 25 a 49 anos. Percebe-se, então, a categoria profissional sendo representada a partir de características de apenas uma parcela da população (mulheres, brancas e jovens).

De acordo com a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), elaborada e publicada pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), no ano de 2013, no Brasil, estavam registrados 162.308 profissionais de secretariado executivo, sendo 32.268 homens (19,8%) e 130.040 mulheres (80,12%). A partir desses dados, é possível confirmar a maior presença de mulheres atuantes na profissão e cogitar que isso tem ocorrido devido à naturalização dos estereótipos e representações da profissão quanto a gênero, idade e cor.

No que se refere à dimensão interacional, mais especificamente ao tipo de contato e à distância social entre PRs e

espectadores(as), pode-se perceber que, no geral, os planos utilizados demonstram distância ou ausência de contato, construindo uma relação de pouca proximidade entre o mundo representado e o mundo social dos(as) espectadores(as). Para Mota-Ribeiro (2010, p. 281), a distância social pode tratar de um “mundo a atingir”, sendo que a mais afastada remete para mundos para os quais os(as) espectadores(as) são chamados(as) a construir, como de um sonho, assumindo que estes não fazem (ainda) parte das suas realidades.

O tipo de feminilidade e masculinidade refletida nas representações dos(as) PRs na dimensão representacional vão ao encontro com o proposto por Mota-Ribeiro (2010), visto que, no geral, trazem a ideia de jovens profissionais (mulheres, brancas e jovens) realizadas, bem-sucedidas e felizes profissionalmente, ou seja, um ideal a ser atingido pelos(as) espectadores(as), leitores(as) da revista.

Os marcadores de cor demonstram baixa saturação e diferenciação cromática, alto brilho e utilização de tons entre claro e escuro, com base nas cores branca e cinza. Tais cores, nas culturais ocidentais, remetem pureza, sinceridade, verdade, equilíbrio e estabilidade, valores/significados que também direcionam à etimologia da profissão derivada de “*secretum*” (segredo do grego) remetendo à confiança, verdade e responsabilidade.

Reis (2012, p. 132-133), ao realizar um estudo acerca das capas da revista Excelência de 2005 a 2008, evidencia que a revista constrói imagens de secretárias “ancoradas em imaginários contemporâneos do mundo corporativo e da profis-

são”, reforçando concepções cristalizadas e construindo um padrão de beleza sinalizado por mulheres loiras e jovens, ou seja, reforça “algumas das imagens que almeja (direta ou indiretamente) desconstruir, tais como os aspectos tecnicista, feminino e estético associados ao exercício da profissão” (REIS, 2012, p. 136). O autor, em sua análise, identificou nas capas valores associados à eficiência, à competência, à competitividade, à versatilidade, à sabedoria e à produtividade, mas verificou também os de submissão, subserviência, simpatia, elegância, boa aparência e beleza.

Assim, constata-se que de 2005 a 2013, não ocorreram mudanças significativas no que se refere ao padrão de representação visual da profissão na revista, ou seja, foram 8 anos e várias edições, reforçando um padrão de representação que materializa formas de conhecimento da realidade da profissão e legitima a construção dos estereótipos por meio da materialidade dos discursos, visto que a revista tem como “enunciadora a Federação representativa da classe, ou seja, o lugar social do dizer legítima determinadas construções interpretativas” (REIS, 2012, p. 136).

Andrade (2008, p. 4), ao analisar as representações das mulheres em cargos de chefia na revista *Vida Executiva*, veiculadas no ano de 2004, identificou mulheres brancas, aparentemente bem-sucedidas em seu campo de atuação,

[...] aparentando cerca de 40 anos, bem-vestidas e maquiadas, sempre com um estilo clássico e sofisticado de vestuário, na maioria um terninho que acompanha a cor de fundo do título da revista e joias.

Esses aspectos estéticos também aparecem na revista *Excelência* e acabam influenciando na cristalização e construção de estereótipos relacionados à profissão, correlacionando-a, quase sempre, à figura feminina, que, por conseguinte, está relacionada à beleza, às vestimentas, à sensualidade etc.

5 Considerações finais

Ao analisar o gênero capa de revista foi possível identificar as imagens/representações visuais da profissão de secretariado social e culturalmente veiculadas, visto que no discurso das capas são reveladas representações estabelecidas pela sociedade para traduzir uma “possível realidade” da profissão. Nesse sentido, os textos visuais presentes nas capas dão ênfase e materializam assimetrias sociais, as quais operam em nossas relações sociais e são disseminadas por meio de práticas discursivas.

A análise destaca e comprova a necessidade das equipes editoriais das revistas de secretariado se conscientizarem do seu papel no processo de construção social de uma identidade ocupacional, aliando seus objetivos (comerciais, sociais, informativos etc.) à solidificação da identidade dos(das) profissionais perante a sociedade.

A questão de gênero aparece com destaque na análise das capas. Apesar de o histórico da profissão ser marcado pela atuação masculina, percebe-se que essa é preconizada como essencialmente feminina e as representações visuais observadas nas capas confirmam esse padrão. Para articular as representa-

ções são utilizados “pressupostos tidos como certos, inquestionáveis, naturais e verdadeiros”, os quais constroem e enfatizam a diferença entre homens e mulheres (MOTA-RIBEIRO, 2010, p. 16), como: corpo, beleza, erotismo, maternidade, relações de trabalho etc.

No geral, as representações visuais giram em torno de jovens profissionais (mulheres, brancas e jovens) realizadas, bem-sucedidas e felizes profissionalmente, ou seja, um ideal a ser atingido pelos(as) espectadores(as), leitores(as) da revista. A síntese dos significados visuais revela, então, a representação da mulher profissional executiva que é padrão de sucesso profissional feminino, cabendo apenas a elas (profissionais mulheres) conciliar a vida profissional com a pessoa, a qual em grande parte das vezes está relacionada à maternidade. Nesse contexto, revelam-se discursos sobre aparência física, sobre a mulher no mercado de trabalho e sobre família e vida doméstica.

Por fim, as representações visuais presentes nas capas dialogam e se (re) produzem em outras práticas sociais e discursivas, todas as quais não condizem com as reais funções do profissional de secretariado, mas que, no entanto, contribuem e influenciam na reprodução de imagens estereotipadas e na formação da identidade dos(das) profissionais.

Cabe pontuar no fechamento deste artigo que os resultados aqui apresentados fazem parte de uma análise inicial, a qual será futuramente ampliada a partir da análise das representações visuais em outros materiais (outras revistas, posts de redes sociais etc.), além do conteúdo

linguístico/verbal das revistas, bem como a observação da reprodução dos padrões de representação em com outras práticas discursivas.

Socio semiotic and visual analysis of secretaries represented on “excelência” magazine covers

Abstract

The secretarial profession, which is the subject of this research, is often stereotyped in discursive practices (LUGLI, 2015) and in this sense is essential understand the media communication as an important responsible for the construction of social representations about the profession. Considering that the way in which professionals are visually represented have a substantial influence on these constructions, the present study aims to analyze how the secretarial profession, and consequently the professional of this area, are visually represented in eight covers of a Brazilian specialized magazine (Excelência) from 2012 to 2013. The theoretical and methodological base of the research is substantiated on the visual socio semiotics and in some elements of Grammar of Visual Design (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; MOTA-RIBEIRO, 2010). It has been concluded that in general, visual representations are based on successful white and young women and these characteristics interact with other social and discursive practices, constructing and reproducing representations of the profession and influencing the professional identity construction.

Keywords: Secretaries. Visual representations. Visual socio semiotics.

Notas

- ¹ Heberle (1997, p. 53) define comunidade discursiva como: “[...] um grupo de indivíduos que compartilham objetivos comuns, que têm mecanismos participativos de comunicação, e que tenham adquirido algum léxico específico relacionado ao campo.” Tradução de: “*A discourse community is a group of individuals who share common public goals, who have participatory mechanisms for intercommunication, and who have acquired some specific lexis related to the field.*”
- ² Este artigo é um recorte do meu projeto de doutorado em Estudos da Tradução pela Universidade Federal de Santa Catarina (PGET-UFSC) que se propõe a analisar como a profissão de secretariado é culturalmente representada em ambientes culturais distintos (Brasil e Inglaterra) observando por quais filtros culturais e ideológicos perpassam tais representações.
- ³ “[...] constituem o assunto da comunicação; ou seja, as pessoas, os lugares ou as coisas (incluindo ‘coisas’ abstratas) representadas” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 48).
- ⁴ As edições selecionadas fazem parte de um recorte do *corpus* de pesquisa do meu projeto de tese de doutorado em Estudos da Tradução que contempla outros materiais, além das capas de revista, considerando o critério temporal de 2012 a 2017.
- ⁵ “A Pesquisa Mensal de Emprego (PME), foi implantada em 1980, com a finalidade de produzir indicadores para o acompanhamento conjuntural do mercado de trabalho nas regiões metropolitanas de Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e de Porto Alegre. Trata-se de uma pesquisa domiciliar urbana realizada através de uma amostra probabilística, planejada de forma a garantir os resultados para os níveis geográficos em que é produzida” (IBGE, 2016).
- ⁶ Ocupada, aqui, seria empregada, inserida no mercado de trabalho.

Referências

- ANDRADE, S. R. de. Identidades e Representações das Mulheres em Cargos de Chefia nas Páginas da Revista Vida Executiva. In: ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA - ANPUH-RIO, 13, *Anais...*, Rio de Janeiro, 4 a 7 ago. 2008.
- BEZEMER, J.; JEWITT, C. Multimodal Analysis: Key issues. In: LITOSSELITI, L. (Org.). *Research Methods in Linguistics*. London: Continuum, 2010. p. 180-197.
- CHARAUDEAU, P. *Linguagem e Discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2009. Design. London: Routledge. 1996.
- HALLIDAY, M. A. K. *An Introduction to Functional Grammar*. London e New York: Edward Arnold, 1985.
- HEBERLE, V. M. *An investigation of textual and contextual parameters in editorials of women's magazines*. 1997. Tese (Doutorado em Letras) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Pesquisa Mensal de Emprego*. Evolução do emprego com carteira de trabalho assinada 2003-2012. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/Evolucao_emprego_carteira_trabalho_assinada.pdf>. Acesso em: 5 dez. 2016.
- _____. *Pesquisa Mensal de Emprego – PME*, 8 de março de 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/Mulher_Mercado_Trabalho_Perg_Resp.pdf>. Acesso em: 5 dez. 2010.
- NONATO JÚNIOR, R. Objeto de estudo em secretariado executivo: horizonte para a pesquisa das assessorias. In: ENASEC - A EVOLUÇÃO DA PROFISSÃO POR MEIO DA PESQUISA, 2, *Anais...* Passo Fundo/RS: UPF, 20, 21 e 22 de outubro de 2011.

- KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 1996.
- KRESS, G. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Londres: Routledge, 2010.
- LUGLI, V. C. P. Modos de representações sociais sobre o trabalho secretarial. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE IMAGEM E DISCURSO, 2; JORNADA INTERNACIONAL DE ESTUDOS DO DISCURSO, 3. *Anais...* Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2015.
- MEDEIROS, C. R. de O.; BORGES, J. F.; MIRANDA, J. F. Estereótipos de gênero e carreira executiva na literatura gerencialista. *Revista Gestão Org.*, v. 8, n. 1, p. 81-97, 2010.
- MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (MTE). *Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)*. Disponível em: <<https://www.rais.gov.br/sitio/index.jsf>>. Acesso em: 10 nov. 2016.
- MOSCOVICI, S. *Representações Sociais: Investigações em psicologia social*. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- MOTA-RIBEIRO, S. *Do outro lado do espelho: Imagens e discursos de gênero nos anúncios das revistas femininas – uma abordagem socio-semiótica visual feminista*. 2010. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, 2010.
- NATALINO, L. G. *Tradução e persuasão: a tradução publicitária sob o viés funcionalista*. 2014. Dissertação (Mestrado em Estudos da Tradução) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.
- POLCHLOPEK, S. A. *O mundo pós 11 de setembro: tecendo fios/textos entre a tradução e a narratividade jornalística*. Tese (Doutorado em Estudos da Tradução) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis: 2011.
- PUZZO, M. B. A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido. *Revista Intercâmbio*, volume XX. São Paulo, LAEL/PUC-SP, 2009a. p. 125-138.
- _____. Gêneros discursivos: capas de revistas. *Revista Caminhos em Linguística Aplicada*, v. 1. São Paulo, Unitau, 2009b. p. 63-71.
- REIS, A. C. G. *Imagens e imaginários da profissão de secretariado na revista Exceência*. 2012. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.
- SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. *Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação*. 4. ed. rev. atual. Florianópolis: UFSC, 2005.