

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**

**HERNANDES PEREIRA DE SOUZA
JULIO CESAR DE OLIVEIRA FILHO**

**A INVISIBILIDADE MASCULINA NO SECRETARIADO EXECUTIVO: Uma análise
dos discursos e simbologias**

**Recife
2025**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

**HERNANDES PEREIRA DE SOUZA
JULIO CESAR DE OLIVEIRA FILHO**

**A INVISIBILIDADE MASCULINA NO SECRETARIADO EXECUTIVO: Uma análise
dos discursos e simbologias**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Secretariado Executivo.

Orientadora: Prof.^a Karina Dias Lacerda da Costa

**Recife
2025**

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Souza, Hernandes Pereira de.

A INVISIBILIDADE MASCULINA NO SECRETARIADO EXECUTIVO:
Uma análise dos discursos e simbologias / Hernandes Pereira de Souza,
Nome: Julio Cesar de Oliveira Filho. - Recife, 2025.
37 : il.

Orientador(a): Karina Dias Lacerda da Costa
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Secretariado Executivo -
Bacharelado, 2025.

Inclui referências, apêndices.

1. secretariado executivo. 2. gênero. 3. invisibilidade masculina. 4.
análise do discurso. 5. estereótipos. I. Oliveira Filho, Nome: Julio Cesar de. II.
Costa, Karina Dias Lacerda da. (Orientação). III. Título.

300 CDD (22.ed.)


HERNANDES PEREIRA E SOUZA
JULIO CESAR DE OLIVEIRA FILHO

A INVISIBILIDADE MASCULINA NO SECRETARIADO EXECUTIVO: Uma análise dos discursos e simbologias


Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Secretariado Executivo.

Aprovado em: 19/08/2025.


BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 **KARINA DIAS LACERDA DA COSTA**
Data: 05/09/2025 10:30:39-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Karina Dias Lacerda da Costa (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Documento assinado digitalmente
 **ANA MARIA DA MOTA SALES DE SOUZA**
Data: 21/09/2025 12:26:38-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Ana Maria da Mota Sales de Souza
Universidade Federal de Pernambuco

Documento assinado digitalmente
 **BRUNA MARIA FREITAS DE SOUSA**
Data: 22/09/2025 18:18:43-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Bruna Freitas Sousa
Universidade Federal de Pernambuco

RESUMO

Existe a concepção social de que o Secretariado Executivo é uma profissão feminina, enquanto os homens possuem maior afinidade com outras áreas. Entretanto, as teorizações de gênero são ferramentas utilizadas para questionar esses "rótulos" naturalizados pela sociedade. Por esse motivo, esta pesquisa baseou-se em teóricos como Michel Foucault, Stuart Hall e Judith Butler para refletir sobre a pouca atuação masculina na área de Secretariado. Para isso, esta pesquisa científica tem por objetivo analisar a linguagem e as representações visuais como ferramentas para a construção de ideias que servem a determinado propósito: a manutenção da invisibilidade masculina. Para alcançá-lo, tal investigação orientou-se por um corpus duplo: material visual da plataforma Canva e anúncios de emprego dos sites Catho, Glassdoor e Indeed. Os resultados da análise revelaram que 84% das imagens e 86% dos títulos de vagas utilizam a forma feminina, mesmo quando a busca é por termos masculinos, evidenciando um "regime de verdade" que naturaliza a profissão como feminina. Por último, examinaram-se, no campo do discurso, as representações de gênero para verificar o processo relacional de poder e saber, concluindo que a invisibilidade masculina é um fenômeno discursivamente construído que sustenta distinções hierárquicas e impõe barreiras à identidade profissional dos homens na área.

Palavras-chave: secretariado executivo; gênero; invisibilidade masculina; análise do discurso; estereótipos.

ABSTRACT

There is a social conception that Executive Secretariat is a female profession, while men have a greater affinity for other fields. However, gender theories are tools used to question these "labels" naturalized by society. For this reason, this research was based on theorists such as Michel Foucault, Stuart Hall, and Judith Butler to reflect on the low participation of men in the Secretarial field. Therefore, this scientific research aims to analyze language and visual representations as tools for the construction of ideas that serve a specific purpose: maintaining male invisibility. To achieve this, this investigation was guided by a dual corpus: visual material from the Canva platform and job advertisements from the Catho, Glassdoor, and Indeed websites. The analysis results revealed that 84% of the images and 86% of the job titles use the feminine form, even when searches are conducted with masculine terms, highlighting a "regime of truth" that naturalizes the profession as female. Finally, gender representations in the field of discourse were examined to verify the relational process of power and knowledge, concluding that male invisibility is a discursively constructed phenomenon that sustains hierarchical distinctions and imposes barriers to the professional identity of men in the field.

Keywords: executive secretariat; gender; male invisibility; discourse analysis; stereotypes.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1 Estereótipos Midiáticos e Construção de Significado	8
2.2 Discurso, Poder e Exclusão	9
2.3 Simbolismo Imaginário e a Construção da Realidade	10
2.4 Gênero como Construção Social	11
2.5 Divisão Sexual do Trabalho	13
2.6 Performatividade de Gênero	13
2.7 Masculinidades Hegemônica e Subordinada	14
2.8 Identidade Profissional	15
3 METODOLOGIA	16
3.1 Análise de Conteúdo (Laurence Bardin)	17
<i>3.1.1 Etapas da Análise de Conteúdo</i>	<i>17</i>
<i>3.1.2 Exploração do Material Canva</i>	<i>17</i>
3.2 Análise Foucaultiana do Discurso: A Arqueologia do Saber	18
4 ANÁLISE DO CORPUS VISUAL	19
4.1 Representação de Gênero no Secretariado	19
4.2 Dinâmicas de Gênero nas Interações Profissionais	23
4.3 Conclusões Preliminares e Próximos Passos	24
<i>4.3.1 Canva</i>	<i>24</i>
<i>4.3.2 Plataformas de Vagas de Emprego (Glassdoor, Catho e Indeed)</i>	<i>25</i>
4.4 Conclusões Parciais e Encaminhamento para as Considerações Finais	30
5 CONCLUSÃO	30
REFERÊNCIAS	34

1 INTRODUÇÃO

Embora suas origens na antiguidade sejam masculinas, a história recente do Secretariado Executivo é marcada por um intenso processo de feminização, que se consolidou ao longo do século XX. Nesse período, houve um crescimento expressivo no número de mulheres atuantes na área, transformando a percepção social sobre a profissão. Como indicam Bernardino e Nunes (2013), somente entre 1917 e 1960, o número de mulheres secretárias aumentou em 2.200%, o que foi fundamental para consolidar a imagem, tanto social quanto midiática, de que essa profissão é essencialmente feminina. Essa construção social foi reforçada, segundo Araújo (2007), por uma orientação da sociedade voltada à manutenção de profissões e atividades representadas como próprias do universo feminino, o que alimentou e cristalizou esse estereótipo, especialmente no campo do Secretariado. Tal estereótipo se sustenta, em grande parte, na lógica da masculinidade hegemônica, conceito que desvaloriza profissões tradicionalmente associadas ao cuidado e à atenção, e que considera inadequado ou anormal ver homens atuando nessas funções. Como destacam Chagas e Silva (2021), isso ocorre porque essa masculinidade impõe aos homens a obrigação de assumir uma postura de provedor, viril e dominante, incompatível com atributos socialmente atribuídos ao trabalho secretarial.

Essa representação, entretanto, não se limita a um fenômeno estatístico ou cultural, mas corresponde a um conjunto de formações discursivas que atuam na produção e sustentação de normas de gênero. De acordo com Foucault (2014, p 135), “A análise dos enunciados e das formações discursivas abre uma direção inteiramente oposta: ela quer determinar o princípio segundo o qual puderam aparecer os únicos conjuntos significantes que foram enunciados. Busca estabelecer uma lei de raridade”. Assim, as práticas discursivas operam não apenas como meios de comunicação, mas como mecanismos que definem quais representações podem circular socialmente, restringindo a emergência de figuras que destoam do modelo dominante. Tais discursos, mediados e amplificados pela mídia, contribuem para a exclusão da figura masculina no Secretariado Executivo, reforçando sua invisibilidade no imaginário social e profissional. A profissão, então, passa a ser percebida como um espaço natural e exclusivo das mulheres, excluindo subjetivamente a possibilidade da presença masculina.

A partir desse panorama, delinea-se o seguinte problema de pesquisa: A invisibilidade masculina no campo do Secretariado Executivo e a escassez de representações nas mídias. A investigação parte da premissa de que tal invisibilidade resulta não apenas de questões numéricas ou culturais, mas principalmente de discursos que, ao operar por meio de estereótipos e exclusões simbólicas, dificultam a emergência de representações positivas e plurais do homem nesta profissão.

Diante desse problema, estabelece-se como objetivo geral analisar como os estereótipos midiáticos atuam como práticas discursivas de exclusão e raridade, contribuindo para a produção e manutenção da invisibilidade masculina no campo do Secretariado Executivo. Para alcançar esse fim, busca-se Investigar as formações discursivas que constroem o Secretariado como uma profissão essencialmente feminina, a partir de representações midiáticas e institucionais; Interpretar, à luz da teoria foucaultiana do discurso, como a repetição de estereótipos e a ausência de modelos positivos produzem um regime de verdade que naturaliza o apagamento do homem no Secretariado; Analisar representações midiáticas específicas (imagens de bancos de dados e anúncios de emprego), observando como elas reforçam discursos que invisibilizam ou estigmatizam a figura masculina na profissão.

Adota-se, neste estudo, a noção foucaultiana de regime de verdade, que se refere ao conjunto de práticas que determinam o que uma sociedade aceita como verdadeiro. Conforme Foucault (1980), cada sociedade institui os discursos que valida, os mecanismos para diferenciar o verdadeiro do falso e o status daqueles autorizados a enunciar a verdade. Longe de ser neutra, a verdade é um produto do poder, fabricada por múltiplas formas de coerção em contextos históricos específicos. É sob essa ótica que se investiga como certas 'verdades' sobre gênero e profissão são construídas e naturalizadas no campo do Secretariado Executivo.

A justificativa deste estudo repousa na necessidade de compreender a persistente ausência simbólica de homens no campo do Secretariado Executivo como um efeito das práticas discursivas que estruturam o campo profissional, mais do que como um simples reflexo de estatísticas ou escolhas pessoais. Como propõe Foucault (2014), em *A Arqueologia do Saber*, as práticas discursivas não apenas descrevem a realidade, mas a constroem, estabelecendo o que pode ou não ser dito, quem pode falar e de que modo. Assim, investigar como esses discursos são produzidos, circulam e se tornam verdades socialmente aceitas permite desvelar as condições que

perpetuam a invisibilidade masculina e promover a desconstrução de normas de gênero que restringem a pluralidade no exercício profissional.

Para atingir esses objetivos, a pesquisa propõe uma abordagem metodológica que conjuga a Análise de Conteúdo de Bardin (2011) com a Análise Foucaultiana do Discurso. A primeira fornecerá o arcabouço para a sistematização e exploração do material empírico, enquanto a segunda permitirá investigar as condições de possibilidade e os regimes de verdade que permeiam os discursos midiáticos analisados. O corpus será constituído por representações visuais em bancos de imagens (Canva) e especificações de vagas de emprego (Glassdoor, Catho e Indeed), visando desvelar como tais discursos reforçam ou naturalizam a exclusão simbólica do homem no campo do Secretariado Executivo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Estereótipos Midiáticos e Construção de Significado

A compreensão da invisibilidade masculina no Secretariado Executivo exige uma análise aprofundada dos mecanismos sociais e discursivos que moldam as percepções sobre gênero e profissão. Iniciamos esta exploração com o conceito de estereótipos midiáticos, fundamentais para entender como significados são construídos e disseminados culturalmente. Hall (1997, p. 55) argumenta que a linguagem não é um espelho da realidade, mas um sistema representacional que ativamente constrói e fixa sentidos. As "coisas", segundo Hall (1997, p. 21), não possuem significado inerente; somos nós que o construímos através de conceitos e signos compartilhados. Essa perspectiva construtivista é crucial, pois revela como imagens e discursos sobre profissões, como o Secretariado Executivo, são socialmente fabricados e perpetuados, sustentando a noção de que se trata de uma área essencialmente feminina e obscurecendo outras possibilidades, como a presença masculina.

Segundo Freire Filho, Herschmann e Paiva (2008, p. 3), os estereótipos funcionam como dispositivos discursivos que não apenas organizam o mundo social, mas também mantêm relações de poder. Os autores destacam que os estereótipos buscam "impedir qualquer flexibilidade de pensamento na apreensão, avaliação ou comunicação de uma realidade ou alteridade, em prol da manutenção e da reprodução

das relações de poder, desigualdade e exploração". Esse caráter normativo e restritivo identificado pelos pesquisadores, especialmente quando amplificado pela mídia, fixa uma representação limitada do profissional de Secretariado como quase exclusivamente feminino, dificultando o surgimento de discursos alternativos que deem visibilidade aos homens na área.

Lippmann (2023, p. 290) analisa a força desses estereótipos na construção social da realidade, destacando como a cultura opera como um filtro que antecede nossa própria percepção: "definimos primeiro e depois vemos". De acordo com o autor, selecionamos do mundo exterior aquilo que nossa cultura já definiu, percebendo-o através das lentes estereotipadas que nos são impostas. A teoria de Lippmann explica por que, mesmo diante da possibilidade de diversas representações, a figura da mulher-secretária permanece dominante, enquanto a presença masculina é excluída, reforçando o estereótipo que vincula a profissão exclusivamente ao gênero feminino.

2.2 Discurso, Poder e Exclusão

A análise aprofunda-se com a perspectiva de Michel Foucault (2008) sobre o discurso, que o entende não como mero reflexo, mas como um conjunto de práticas que definem o que pode ser dito, por quem e como. As formações discursivas, segundo o filósofo, estabelecem limites para os enunciados possíveis em um campo social. Foucault (2008, p. 135) propõe determinar o princípio que rege o aparecimento dos conjuntos significantes enunciados, buscando uma "lei de raridade". Essa lei foucaultiana explica como certas representações se tornam hegemônicas enquanto outras são silenciadas. No Secretariado Executivo, isso se manifesta na predominância discursiva da figura feminina e na raridade da enunciação da presença masculina, tornando-a invisível.

Além da raridade, Foucault (2008, p. 135) identifica mecanismos de exclusão no discurso, que operam não por repressão, mas pela delimitação das posições discursivas possíveis. Na análise foucaultiana, a ausência de homens no Secretariado não seria um simples silêncio, mas uma exclusão estrutural: o "homem-secretário" não se configura como um enunciado socialmente legitimado, resultando em sua invisibilização sistemática.

Fundamentalmente, Foucault (2008, p. 234) enfatiza o discurso como prática que produz realidades: "falar é fazer alguma coisa". De acordo com esta perspectiva foucaultiana, a naturalização do Secretariado como profissão feminina não deriva de percepções individuais, mas de práticas discursivas institucionalizadas que, ao serem reiteradas, constroem e consolidam uma realidade social onde a presença masculina é excluída.

2.3 Simbolismo Imaginário e a Construção da Realidade

O conceito de simbolismo imaginário, conforme explorado por autores como Castoriadis (1982) e Durand (2012), oferece uma lente poderosa para aprofundar a análise foucaultiana sobre como os discursos não apenas refletem, mas ativamente constroem a realidade social. Castoriadis (1982) define o imaginário como uma "criação incessante e essencialmente indeterminada (social-história e psíquica) de figuras/formas/imagens, a partir das quais somente é possível falar-se de 'alguma coisa'". Para ele, aquilo que denominamos "realidade" e "racionalidade" são, em essência, produtos desse imaginário. Essa perspectiva alinha-se com a noção de Foucault de que as práticas discursivas estabelecem o que pode ser considerado "verdadeiro" ou "real" em um determinado contexto.

Durand (2012), por sua vez, destaca a universalidade e a profundidade histórica do simbolismo, exemplificando com a associação ancestral entre palavra e luz em diversas culturas, desde os textos upanixádicos e lendas egípcias até o Evangelho de João. Ele observa que "a palavra preside à criação do universo", sugerindo que o simbólico não é um mero adorno da realidade, mas um elemento fundamental em sua constituição. Para ilustrar esse poder criativo da palavra, Durand lembra as primeiras falas de divindades como Atum e Javé, que são essencialmente um "faça-se a luz" (*fiat lux*). Para aprofundar essa conexão primordial, ele aponta como, segundo o psiquiatra Carl Gustav Jung, a própria etimologia de termos indo-europeus para "aquilo que luz" é a mesma para "falar". Essa coincidência linguística ancestral reforça a ideia de que luz e palavra são, simbolicamente, inseparáveis. Essa concepção de que a palavra e os símbolos têm o poder de criar e moldar o mundo ecoa a ênfase de Foucault no poder produtivo do discurso.

Ao conectar o simbolismo imaginário com a análise foucaultiana, compreende-se como a invisibilidade masculina no Secretariado Executivo é perpetuada. Se a

palavra e a luz são símbolos universais de poder e criação, a ausência de uma narrativa que legitime o homem secretário pode ser interpretada como uma negação simbólica de sua visibilidade. No contexto da profissão, essa dinâmica se traduz na projeção de uma "sombra" que impede o reconhecimento pleno dos homens na área. O discurso socialmente dominante, estruturado por normas de gênero historicamente estabelecidas, é o que molda a percepção do Secretariado como um campo feminino. Esse discurso atua como a "palavra" que não "ilumina" a presença masculina, deixando-a na "escuridão" ou tornando-a "invisível". Portanto, a invisibilidade não é uma mera ausência física, mas o resultado de um "regime de verdade" que define o que é "normal" e "adequado" para a função, excluindo o que foge à norma. A "lei de raridade" de Foucault, que explica como certas representações se tornam hegemônicas enquanto outras são silenciadas, é aqui intensificada pelo poder do simbolismo imaginário. Essa hegemonia discursiva, que solidifica a profissão como feminina, não é uma construção das mulheres, mas uma imposição da estrutura social que atribui papéis distintos a cada gênero. O poder, na perspectiva foucaultiana, manifesta-se, assim, na ausência de um saber legitimado sobre a atuação masculina no secretariado, limitando as possibilidades de existência profissional para os homens nesse campo.

2.4 Gênero como Construção Social

A discussão sobre gênero é central para essa análise. Butler (2003) propõe que o gênero é uma ficção cultural, uma construção social que, performada e mantida coletivamente, oculta sua própria origem fabricada, ganhando aparência de naturalidade. Para a filósofa, o gênero torna-se uma ficção regulada por normas coercitivas que moldam as possibilidades históricas e sociais. A teoria butleriana evidencia que a associação de profissões a gêneros específicos, como no Secretariado, não deriva de características intrínsecas, mas de construções sociais sustentadas por mecanismos normativos.

Maihofer (2016) alerta para o risco de privilegiar excessivamente os aspectos estruturais da construção do gênero em detrimento dos subjetivos, o que poderia levar à rejeição ou tabu em relação às dimensões subjetivas. A autora enfatiza a importância do desenvolvimento de competências, características e práticas corporais específicas que integram a socialização de gênero. No contexto do Secretariado

Executivo, a perspectiva de Maihofer é particularmente relevante, pois as práticas corporais específicas da socialização de gênero contribuem diretamente para a exclusão de homens na profissão. Habilidades tradicionalmente associadas ao secretariado, como organização meticulosa, comunicação empática, cuidado com detalhes e capacidade de antecipação de necessidades, são frequentemente codificadas como "naturalmente femininas" durante o processo de socialização. Quando homens demonstram essas competências, conforme a análise de Maihofer, muitas vezes enfrentam questionamentos sobre sua masculinidade ou adequação ao papel, criando barreiras subjetivas que reforçam sua exclusão. A teoria de Maihofer nos ajuda a compreender que não basta analisar as estruturas sociais que excluem homens do Secretariado; é necessário também examinar como a socialização de gênero molda subjetividades e práticas corporais que tornam essa exclusão aparentemente natural e inevitável.

Lucena e Cheever (2018) apontam que a construção social dos sexos é permeada por contradições e articulada a relações de poder, onde a identificação com um sexo é mediada por estruturas culturais e ideológicas que atribuem poder ou subordinação conforme o gênero. Segundo estes autores, no campo do Secretariado Executivo, essas contradições e relações de poder manifestam-se de maneira particularmente complexa. Por um lado, a profissão é historicamente feminizada e, portanto, socialmente desvalorizada em comparação com ocupações tradicionalmente masculinas. Por outro lado, quando homens ingressam nesse espaço profissional, enfrentam o que Lucena e Cheever caracterizam como um paradoxo: são simultaneamente privilegiados pelo capital simbólico da masculinidade (podendo, por exemplo, ascender mais rapidamente a posições de liderança) e estigmatizados por ocuparem um lugar "inadequado" para seu gênero. Essa contradição identificada pelos pesquisadores revela como as relações de poder no Secretariado masculino funcionam em múltiplas camadas, criando tensões entre privilégio e exclusão, visibilidade e invisibilidade. Os homens secretários, na perspectiva de Lucena e Cheever, frequentemente precisam negociar sua identidade profissional em um campo marcado por expectativas contraditórias, onde sua presença desestabiliza as categorias de gênero estabelecidas, gerando resistências tanto institucionais quanto culturais à sua plena integração e reconhecimento.

2.5 Divisão Sexual do Trabalho

Avançando na compreensão dos mecanismos que sustentam a invisibilidade masculina no Secretariado, a divisão sexual do trabalho emerge como outro pilar fundamental dessa construção. Guiraldelli (2012) analisa como, historicamente, consolidou-se a separação entre a esfera pública (masculina) e a privada (feminina). O autor nota que, no início do século XX, mesmo com mulheres nas indústrias, líderes operários homens defendiam seu retorno ao lar, reforçando a ideia de que os cuidados domésticos e a maternidade eram competências exclusivamente femininas. Esse processo, segundo Guiraldelli, contribuiu significativamente para consolidar uma divisão assimétrica e hierárquica entre os gêneros no mundo do trabalho, desvalorizando ocupações consideradas femininas e restringindo o acesso das mulheres a posições de poder e prestígio. A análise de Guiraldelli evidencia como essa configuração histórica associou profissões como o Secretariado ao feminino, limitando a atuação e invisibilizando quem transgride essas normas.

Biroli (2016, p. 737) vai além na análise da divisão sexual do trabalho, afirmando que esta reflete e produz o gênero, sendo um mecanismo central de opressão. Para a autora, o gênero, longe de ser natural, materializa-se na atribuição diferenciada de tarefas no mercado de trabalho.

Hirata (2010) ressalta a indissociabilidade entre trabalho, saber e poder, argumentando que a divisão sexual do trabalho deve ser analisada em conjunto com a distribuição desigual de conhecimento e poder entre os sexos. Na perspectiva da autora, trabalho assalariado, trabalho gratuito, conhecimento e poder entrelaçam-se, reforçando as desigualdades de gênero, moldando as trajetórias e identidades profissionais. Segundo Hirata, no caso do Secretariado Executivo, essa articulação contribui para que a profissão seja percebida como uma extensão das funções femininas tradicionais, dificultando o reconhecimento e a valorização da presença masculina nesse campo.

2.6 Performatividade de Gênero

Partindo da análise da divisão sexual do trabalho e retomando a perspectiva de Butler (2003), a performatividade de gênero emerge como conceito crucial para nossa investigação. Para Butler, o gênero se constitui como um ato performativo, reiterado

e sustentado por normas sociais coercitivas, tornando-se socialmente obrigatório e reforçando modelos normativos. A associação do Secretariado ao feminino é mantida, segundo a filósofa, por essas práticas performativas reguladas, que naturalizam a vinculação e excluem a presença masculina.

Expandindo a teoria butleriana, D'Angelo *et al.* (2018) propõem múltiplas performatividades, rompendo com o binarismo e possibilitando resistência aos papéis normativos. Na mesma linha, Soares, Mourão e Santos (2016) defendem a pluralização das concepções de masculinidade, apontando que o campo das masculinidades não é homogêneo, mas constituído por múltiplas expressões que resistem e negociam com o modelo hegemônico. Essa perspectiva teórica reforça que a presença masculina no Secretariado não é uma anomalia ou transgressão, mas uma possibilidade legítima, que, no entanto, é historicamente invisibilizada em função das normas performativas dominantes identificadas por Butler e expandidas por estes autores.

2.7 Masculinidades Hegemônica e Subordinada

Expandindo a discussão sobre performatividade, a teoria da masculinidade hegemônica de Raewyn Connell (1995, p. 116) oferece um quadro fundamental para entender a hierarquia das masculinidades na sociedade contemporânea. Connell define a masculinidade hegemônica como a configuração de prática de gênero que legitima o patriarcado, garantindo a dominação masculina e a subordinação feminina. Esse modelo normativo, segundo a autora, estabelece padrões específicos de comportamento, aparência e atuação que definem quais formas de masculinidade são socialmente valorizadas e quais são ocultadas.

Complementando essa análise, Grollmus (1989) observa que esse sistema de hierarquização produz uma violência simbólica que opera entre os próprios homens: aqueles que não se adequam aos padrões hegemônicos são estigmatizados e inferiorizados. A perspectiva teórica de Connell e Grollmus é essencial para analisar a situação dos homens no campo do Secretariado Executivo, pois evidencia como eles ocupam uma posição de exclusão em função de não corresponderem ao modelo tradicionalmente associado à masculinidade dominante.

Connell (1995, p. 116) também descreve as masculinidades subordinadas, que são aquelas formas de expressão masculina que não apenas se distanciam da

hegemonia, mas são ativamente oprimidas por ela. Como afirma a autora: "tais masculinidades são definidas culturalmente como passivas ou a-feminadas; muitos outros termos são usados para designá-las, em tons variados de desprezo: submisso, fraco, histérico, sem virilidade, desleal, confuso, anormal, doente, subdesenvolvido, pervertido". Segundo a teoria connelliana, a presença masculina no Secretariado Executivo é frequentemente enquadrada dentro dessa categoria de masculinidade subordinada, o que reforça a sua invisibilização e a dificuldade de legitimação social e profissional.

2.8 Identidade Profissional

As teorias sobre estereótipos, discurso, gênero e masculinidades convergem, finalmente, para a questão da identidade profissional, entendida como um processo contínuo de negociação e construção social. Santos (2005) argumenta que a identidade não é uma essência fixa, mas um processo dinâmico de construção que se dá na interação com o outro e com as estruturas sociais. Complementando essa visão, Oliveira (2011) destaca que a identidade profissional está intrinsecamente ligada ao sucesso e à satisfação no exercício das atividades, sendo construída de forma relacional, a partir das interações e experiências vividas no ambiente de trabalho.

Aplicando as teorias de Santos e Oliveira ao nosso objeto de estudo, podemos afirmar que a invisibilidade masculina no Secretariado Executivo impacta diretamente a formação da identidade profissional desses homens, criando desafios identitários específicos e complexos. Esses profissionais frequentemente enfrentam o que podemos chamar, a partir dessas perspectivas teóricas, de "dupla estigmatização": por um lado, são vistos como desviantes dentro do próprio campo profissional, onde a norma é feminina; por outro, são percebidos como transgressores das expectativas de masculinidade em seus círculos sociais mais amplos. Essa posição liminar exige constantes negociações identitárias, onde o homem secretário precisa equilibrar sua identificação com a profissão e as expectativas sociais sobre seu gênero. Muitos relatam a necessidade de justificar constantemente sua escolha profissional, enfrentando questionamentos sobre sua competência técnica (baseados na presunção de que certas habilidades são "naturalmente femininas") e sobre sua masculinidade (sugerindo que a escolha por uma profissão feminizada indicaria uma masculinidade "inadequada" ou "insuficiente").

Nascimento (2007) ressalta a importância da formação profissional na constituição da identidade, argumentando que a identidade profissional se elabora a partir do processo de socialização, da apropriação de conhecimentos específicos e da internalização de valores e práticas profissionais. Segundo o autor, no contexto do Secretariado Executivo, a ausência de modelos positivos e a predominância de estereótipos femininos criam obstáculos significativos para a construção de uma identidade profissional masculina sólida.

Essa ausência de referências, na perspectiva de Nascimento, é uma questão de representatividade numérica e um vazio simbólico que dificulta a projeção e o reconhecimento de trajetórias profissionais possíveis para homens na área. Sem modelos masculinos visíveis e legitimados, os homens que ingressam no Secretariado frequentemente precisam "inventar" suas próprias referências identitárias, navegando sem mapas em um território profissional marcado por expectativas generificadas.

Nascimento (2007) identifica que essa carência de modelos positivos manifesta-se em diversos níveis: na formação acadêmica (onde materiais didáticos, exemplos e casos frequentemente pressupõem uma profissional mulher), nos ambientes corporativos (onde políticas, práticas e até mesmo a infraestrutura podem ser pensadas exclusivamente para mulheres) e nas representações midiáticas (que raramente mostram homens em funções secretariais, exceto em contextos cômicos ou depreciativos). A construção de uma identidade profissional sólida torna-se, assim, segundo a análise de Nascimento (2007), um desafio adicional para esses homens, que precisam não apenas dominar as competências técnicas da profissão, mas também elaborar estratégias para lidar com a invisibilidade e o estigma, perpetuando um ciclo que dificulta a emergência de novas referências masculinas no campo.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa propõe uma análise metodológica que conjuga a Análise de Conteúdo de Laurence Bardin com a Análise Foucaultiana do Discurso, buscando investigar a construção e perpetuação de estereótipos de gênero que contribuem para a invisibilidade masculina no campo do Secretariado Executivo. A pesquisa examinará representações visuais em bancos de imagens (Canva) e as especificações de vagas de emprego (Glassdoor, Catho e Indeed), visando desvelar as condições de possibilidade e os regimes de verdade que permeiam esses discursos midiáticos.

3.1 Análise de Conteúdo (Laurence Bardin)

A Análise de Conteúdo, conforme Laurence Bardin (2011), fornecerá o arcabouço para a organização sistemática e a exploração inicial do material empírico. De acordo com a autora, essa técnica de investigação tem como finalidade descrever de maneira objetiva, sistemática e quantitativa o conteúdo manifesto da comunicação. Embora a definição de Bardin realce o aspecto quantitativo, nossa aplicação da metodologia reconhece sua natureza quali-quantitativa, utilizando a sistematização dos dados como suporte para uma interpretação qualitativa aprofundada dos fenômenos investigados.

3.1.1 Etapas da Análise de Conteúdo

Pré-análise: Nesta fase, será realizada uma leitura flutuante das imagens do Canva e das ofertas de emprego do Glassdoor, Catho e Indeed para uma primeira imersão no material. Serão estabelecidos os objetivos precisos de nossa análise: identificar a proporção de representações masculinas e femininas no Secretariado Executivo, bem como o sexo das pessoas atendidas/trabalhadas para, em ambos os contextos. A delimitação do corpus envolverá a pesquisa da palavra-chave "secretário" (no masculino) no banco de imagens do Canva e a coleta das primeiras 500 imagens resultantes. No Glassdoor, Catho e Indeed, serão coletadas as primeiras 300 vagas que especificam "Secretária Executiva", "Secretário Executivo" ou "Secretariado Executivo".

3.1.2 Exploração do Material Canva

Para as imagens do Canva, a análise será predominantemente quantitativa. As 500 imagens coletadas serão classificadas em categorias de gênero do profissional: 1) Profissional do sexo masculino, 2) Profissional do sexo feminino, ou 3) Gênero não identificável. Adicionalmente, será analisado o sexo da pessoa que o profissional de secretariado está atendendo/trabalhando para, classificando-o como masculino, feminino ou indefinido. Será realizada a contagem exata da ocorrência de cada categoria, permitindo verificar a proporção de representação masculina em relação à

feminina no contexto visual do secretariado, bem como a dinâmica de gênero nas interações.

Para garantir a precisão da análise, foi estabelecida a categoria 'sexo indefinido' como as representações visuais em que, embora presente a figura humana, a imagem exhibe apenas fragmentos corporais como mãos, braços ou o tronco em *close-up* que não permitem uma identificação conclusiva do gênero do indivíduo retratado. A criação desta categoria foi essencial para evitar inferências subjetivas e assegurar a objetividade na quantificação dos dados

3.1.3 Exploração do Material Plataformas de Vagas de Emprego (Glassdoor, Catho e Indeed)

Para as 300 vagas de emprego, a análise terá um foco na identificação do gênero no título da vaga. Será anotado se no título da vaga aparece "vaga para secretária executiva" (feminino), "vaga para secretário executivo" (masculino) ou "vaga para secretariado executivo" (sexo indefinido). Será verificada a porcentagem das vagas em cada uma dessas categorias, buscando identificar a incidência de vieses de gênero já no título da vaga.

Tratamento dos Resultados, Inferência e Interpretação: Os dados quantitativos (contagem de gênero nas imagens, sexo das pessoas atendidas, e porcentagem de vagas por gênero no título). Essa etapa inicial fornecerá a base empírica para as inferências. A interpretação, que constitui o cerne da pesquisa, transcenderá a mera descrição dos dados. Ela se articulará com a Análise Foucaultiana do Discurso, buscando compreender o que é representado e como essas representações contribuem para a construção social da invisibilidade masculina no Secretariado Executivo.

3.2 Análise Foucaultiana do Discurso: A Arqueologia do Saber

A Análise Foucaultiana do Discurso, com foco na Arqueologia do Saber, complementarará a Análise de Conteúdo, permitindo uma investigação profunda das condições de possibilidade e das regras de formação que se imbricam nos discursos visuais do Canva e nos discursos textuais das plataformas de vagas de emprego. Para Michel Foucault, o discurso é uma forma de expressão e um conjunto de práticas que

produzem o que é considerado "verdade" e que moldam as subjetividades e as relações sociais.

Nesta etapa, a análise se concentrará na identificação das formações discursivas que sustentam as representações de gênero no secretariado. Ao analisar as imagens do Canva, questionaremos quais regras implícitas orientam a predominância de figuras femininas e a ausência de figuras masculinas, bem como as dinâmicas de gênero nas interações. Nas vagas de emprego, buscaremos entender as condições históricas e sociais que tornam aceitáveis e normais certas denominações de gênero no título da vaga. A arqueologia permitirá desvendar como o saber sobre "o que é um profissional de secretariado executivo ideal" é construído e solidificado.

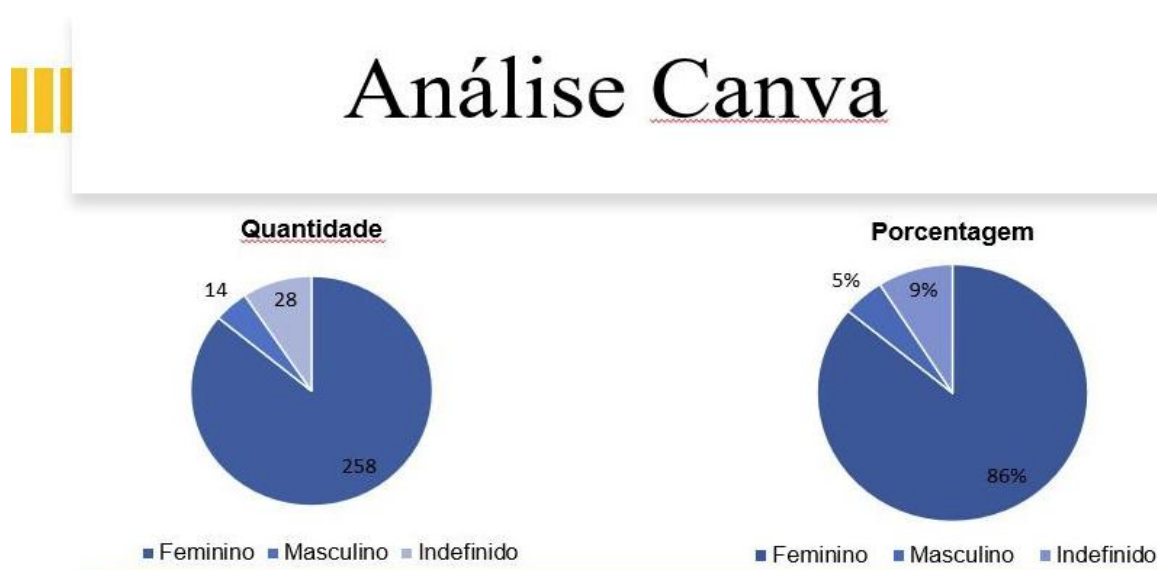
4 ANÁLISE DO *CORPUS* VISUAL

A presente seção dedica-se à análise do *corpus* visual composto por 500 imagens extraídas da plataforma Canva, com o objetivo de desvelar como os estereótipos midiáticos contribuem para a produção e manutenção da invisibilidade masculina no campo do Secretariado Executivo. A metodologia empregada para a categorização dessas imagens incluiu a observação do sexo do profissional retratado e, de forma inovadora, o sexo da pessoa que está sendo atendida pelo profissional, permitindo uma compreensão mais aprofundada das dinâmicas de gênero representadas no ambiente de trabalho secretarial.

4.1 Representação de Gênero no Secretariado

A análise quantitativa das imagens do Canva revela uma disparidade significativa na representação de gênero dos profissionais de secretariado. Dos 500 resultados analisados, 419 (84%) retratam profissionais femininos, enquanto apenas 28 (6%) apresentam profissionais masculinos. Adicionalmente, 53 imagens (11%) foram classificadas como de sexo indefinido. Esses dados corroboram a premissa de que o Secretariado Executivo é uma profissão predominantemente associada ao universo feminino no imaginário midiático, conforme a Introdução deste estudo.

Figura 1 - Gráfico da Análise do Banco de Dados do Canva



Fonte: Os autores (2025).

Figura 2 - Imagens de resultados para a pesquisa “secretário executivo”



Fonte: Canva (2025).

Essa predominância majoritária de figuras femininas nas representações visuais do Canva pode ser compreendida à luz da teoria dos estereótipos midiáticos e da construção de significado. Hall (1997, p. 55) argumenta que a linguagem, e por extensão as imagens, não são meros espelhos da realidade, mas sistemas

representacionais que ativamente constroem e fixam sentidos. Nesse contexto, as imagens do Canva atuam como poderosos dispositivos discursivos que fabricam e perpetuam a noção de que o secretariado é uma área essencialmente feminina, obscurecendo outras possibilidades, como a presença masculina. A baixa representação de homens, portanto, não é um reflexo neutro da realidade, mas uma construção que reforça a exclusão e a fixação de sentidos que impedem a flexibilidade de pensamento sobre o gênero no secretariado, conforme a perspectiva de Lippmann (2023, p. 290) de que "definimos primeiro e depois vemos", e a análise de Freire Filho, Herschmann e Paiva (2008, p. 3) sobre como os estereótipos buscam "impedir qualquer flexibilidade de pensamento na apreensão, avaliação ou comunicação de uma realidade ou alteridade, em prol da manutenção e da reprodução das relações de poder, desigualdade e exploração".

Adicionalmente, a forma como o Canva organiza e apresenta suas imagens reforça essa invisibilidade. Ao pesquisar o termo "secretário" na aba Elementos > Fotos, a plataforma prioriza a exibição de imagens com base em critérios como relevância, popularidade e qualidade. Surpreendentemente, a primeira imagem claramente identificável como um profissional masculino aparece apenas na posição 74. Isso significa que 73 imagens de profissionais femininos ou de sexo indefinido são exibidas antes de um homem ser representado, mesmo quando a busca é por um termo no masculino. Essa ordenação, que reflete as imagens mais utilizadas e populares, demonstra que a população que utiliza o Canva para criar conteúdos sobre secretariado, em sua maioria, o faz utilizando imagens de mulheres. Esta lógica algorítmica cria um ciclo vicioso onde a invisibilidade masculina se autoperpetua.

O mecanismo age da seguinte forma: as imagens femininas aparecem primeiro nos resultados porque são mais utilizadas pelos usuários; são mais utilizadas porque aparecem primeiro e são mais facilmente acessíveis; e continuam sendo mais utilizadas porque a busca por alternativas masculinas requer esforço adicional que muitos usuários não estão dispostos a empreender. Este ciclo de retroalimentação transforma a invisibilidade masculina de um fenômeno contingente em uma característica estrutural da plataforma.

A eficácia deste mecanismo reside em sua capacidade de naturalizar a exclusão masculina. Usuários que buscam imagens de secretários e encontram predominantemente representações femininas podem interpretar esta distribuição como reflexo natural da composição da profissão, sem questionar os processos que

produziram esta configuração. A invisibilidade masculina torna-se assim autoevidente, dispensando justificativas explícitas para sua manutenção.

Um dos aspectos mais reveladores da invisibilidade masculina no secretariado manifesta-se através da contradição linguística observada nos resultados de busca do Canva. A pesquisa foi realizada utilizando o termo "secretário" no masculino, seguindo a metodologia estabelecida que previa "a pesquisa da palavra-chave 'secretário' (no masculino) no banco de imagens do Canva". Esta escolha metodológica foi intencional, visando investigar como uma busca explicitamente masculina seria respondida pela plataforma. Os resultados revelam uma contradição fundamental: uma busca por "secretário" (masculino) retorna 84% de imagens femininas e apenas 6% de imagens masculinas.

Esta contradição não pode ser explicada por fatores técnicos ou linguísticos, uma vez que o termo utilizado especifica claramente o gênero masculino. A predominância de representações femininas em resposta a uma busca masculina evidencia a operação de mecanismos sistemáticos que tornam a presença masculina invisível mesmo quando explicitamente solicitada. Esta contradição linguística revela a profundidade da invisibilidade masculina no secretariado. Não se trata apenas de uma sub-representação quantitativa, mas de um apagamento simbólico tão completo que mesmo termos linguísticos masculinos são automaticamente associados a representações femininas. A linguagem, que deveria funcionar como marcador de gênero, perde sua capacidade distintiva no contexto secretarial, evidenciando como a feminização da profissão se tornou naturalizada e inquestionável.

Essa "lei de raridade" visual, onde a figura masculina é silenciada ou relegada a posições secundárias, dialoga diretamente com a teoria de Foucault (2008, p. 135) sobre o discurso. Foucault propõe que as formações discursivas estabelecem limites para os enunciados possíveis em um campo social, determinando o princípio que rege o aparecimento dos conjuntos significantes. No Secretariado Executivo, a predominância discursiva da figura feminina nas imagens do Canva e a raridade da enunciação da presença masculina tornam-na invisível. A plataforma, ao priorizar certas representações, atua como um mecanismo que define quais figuras podem circular socialmente, restringindo a emergência de imagens que destoam do modelo dominante. A ausência de homens nas primeiras posições, portanto, reforça a exclusão estrutural e a invisibilidade sistemática do "homem-secretário" no imaginário social.

Por fim, o conceito de simbolismo imaginário (Castoriadis, 1982; Durand, 2012) oferece uma camada adicional de compreensão para essa invisibilidade. Se a palavra e a luz são símbolos universais de poder, criação e visibilidade, a ausência de figuras, formas e imagens positivas que representem o homem no papel de secretário pode ser interpretada como a negação dessas qualidades. O imaginário social, alimentado por essas imagens predominantemente femininas, constrói a "realidade" do Secretariado como um campo inerentemente feminino. O "discurso visual dominante" do Canva, ao "brilhar nas trevas" da ausência masculina, não ilumina sua possibilidade, mas reforça sua inexistência simbólica, solidificando essas representações hegemônicas no tecido da realidade social. A "lei de raridade" de Foucault é, assim, intensificada pelo poder do simbolismo imaginário, que solidifica essas representações hegemônicas no tecido da realidade social.

4.2 Dinâmicas de Gênero nas Interações Profissionais

Além da representação de gênero dos profissionais, a análise das imagens do Canva revela padrões significativos nas dinâmicas de gênero das interações profissionais. Os dados indicam que, dos profissionais retratados em interação, 45 (80%) estão atendendo homens, enquanto apenas 11 (20%) estão atendendo mulheres. Ao detalhar esses números, observa-se que 44 mulheres estão atendendo homens, 9 mulheres estão atendendo mulheres, 1 homem está atendendo homens e 2 homens estão atendendo mulheres. Esses números sublinham dentro desta compreensão analítica a persistência de um modelo tradicional de interação no ambiente secretarial, onde a figura feminina é predominantemente associada ao papel de apoio a figuras masculinas.

Essa predominância de mulheres secretárias atendendo homens pode ser analisada sob a ótica do Gênero como Construção Social. Judith Butler (2003) propõe que o gênero é uma ficção cultural, uma construção social performada e mantida coletivamente. No contexto das imagens do Canva, a representação visual reforça essa construção, onde a mulher é frequentemente associada a papéis de apoio e subordinação, especialmente em relação a figuras masculinas. A quase inexistência de homens secretários atendendo mulheres, por sua vez, pode indicar a persistência de normas de gênero que dificultam a inversão de papéis ou a aceitação de homens em posições de "cuidado" ou "apoio" a mulheres em um contexto profissional. As

imagens, portanto, refletem as "normas coercitivas" que moldam as possibilidades históricas e sociais do gênero no ambiente de trabalho, conforme a teoria butleriana.

A abordagem de Maihofer (2016), acerca das "práticas corporais específicas da socialização de gênero", mostra-se especialmente pertinente neste contexto. A imagem da mulher secretária atendendo o homem é naturalizada, pois as habilidades tradicionalmente associadas ao secretariado – como organização meticulosa, comunicação empática e cuidado com detalhes – são frequentemente codificadas como "naturalmente femininas" durante o processo de socialização. Quando homens demonstram essas competências, enfrentam questionamentos sobre sua masculinidade ou adequação ao papel, criando barreiras subjetivas que reforçam sua exclusão. As imagens do Canva, ao perpetuarem essa representação, contribuem para a naturalização dessa exclusão, tornando-a aparentemente inevitável.

Adicionalmente, a Divisão Sexual do Trabalho emerge como um pilar fundamental para compreender essas dinâmicas. Guiraldelli (2012) analisa como, historicamente, consolidou-se a separação entre a esfera pública (masculina) e a privada (feminina). A predominância de mulheres atendendo homens nas imagens do Canva reflete essa divisão, onde o trabalho de secretariado, mesmo no ambiente corporativo, mantém resquícios da esfera privada e do papel de "cuidado" atribuído às mulheres. A baixa representação de homens secretários, especialmente atendendo mulheres, pode ser vista como um reflexo da desvalorização social de ocupações consideradas femininas e da resistência à presença masculina em papéis de apoio, conforme Guiraldelli (2012) e Biroli (2016, p. 737), que afirma que a divisão sexual do trabalho não apenas reflete, mas produz o gênero, sendo um mecanismo central de opressão. Hirata (2010) pode ser utilizada para discutir a distribuição desigual de poder e saber nessas interações visuais, onde a ausência de homens em posições de "cuidado" ou "apoio" a mulheres no secretariado reforça as desigualdades de gênero e molda as trajetórias e identidades profissionais.

4.3 Conclusões Preliminares e Próximos Passos

4.3.1 Canva

A análise das imagens do Canva, embora preliminar, oferece insights importantes sobre a forma como os estereótipos midiáticos contribuem para a

invisibilidade masculina no Secretariado Executivo. Os dados revelam uma representação visual majoritariamente feminina da profissão, reforçada pela ordem de exibição das imagens na plataforma, que prioriza figuras femininas e relega as masculinas a posições de difícil acesso. Essa dinâmica visual corrobora as teorias de Hall, Lippmann e Freire Filho et al. sobre a construção de significado e a perpetuação de estereótipos. A "lei de raridade" de Foucault é claramente observável, onde a ausência de representações masculinas nas primeiras posições não é um acaso, mas um reflexo de um regime de verdade que silencia e exclui. O conceito de simbolismo imaginário, por sua vez, elucida como essa carência de figuras e formas positivas para o homem secretário solidifica a "realidade" de um secretariado inerentemente feminino.

No que tange às dinâmicas de gênero nas interações profissionais, a predominância de mulheres secretárias atendendo homens nas imagens reforça a construção social de gênero e a divisão sexual do trabalho. Essa representação visual alinha-se com as perspectivas de Butler, Maihofer, Lucena e Cheever, que discutem como o gênero é performado e como as práticas corporais e as relações de poder são moldadas por normas coercivas. A baixa representação de homens secretários, especialmente em interações com mulheres, sublinha a resistência à inversão de papéis e a desvalorização de ocupações consideradas femininas para o gênero masculino, conforme as análises de Guiraldelli, Biroli e Hirata.

É importante ressaltar que esta análise se limita ao corpus de imagens do Canva. Embora os resultados sejam consistentes e apontem para fortes correlações com o referencial teórico, a pesquisa ainda não abrange a totalidade do fenômeno da invisibilidade masculina no secretariado. Os próximos passos da pesquisa incluirão a análise das vagas de emprego nas plataformas Glassdoor, Catho e Indeed, que permitirá complementar e aprofundar a compreensão de como os discursos e estereótipos se manifestam no mercado de trabalho real, e não apenas nas representações visuais. Essa etapa adicional fornecerá uma visão mais completa das condições que perpetuam a invisibilidade masculina e permitirá a proposição de estratégias mais eficazes para a desconstrução dessas normas de gênero

4.3.2 Plataformas de Vagas de Emprego (Glassdoor, Catho e Indeed)

A análise prévia do corpus visual do Canva revelou a força dos estereótipos midiáticos na construção de um imaginário predominantemente feminino para o Secretariado Executivo, relegando a presença masculina à invisibilidade. Complementando essa compreensão, esta seção se debruça sobre o corpus textual das vagas de emprego coletadas nas plataformas Glassdoor, Catho e Indeed. O objetivo é investigar como a linguagem utilizada nos anúncios de vagas de trabalho não apenas reflete, mas ativamente contribui para a perpetuação da invisibilidade masculina, moldando as expectativas do mercado e as possibilidades de inserção profissional.

Figura 3 – Capturas de tela de anúncios de vagas de emprego para a pesquisa “Secretário Executivo”

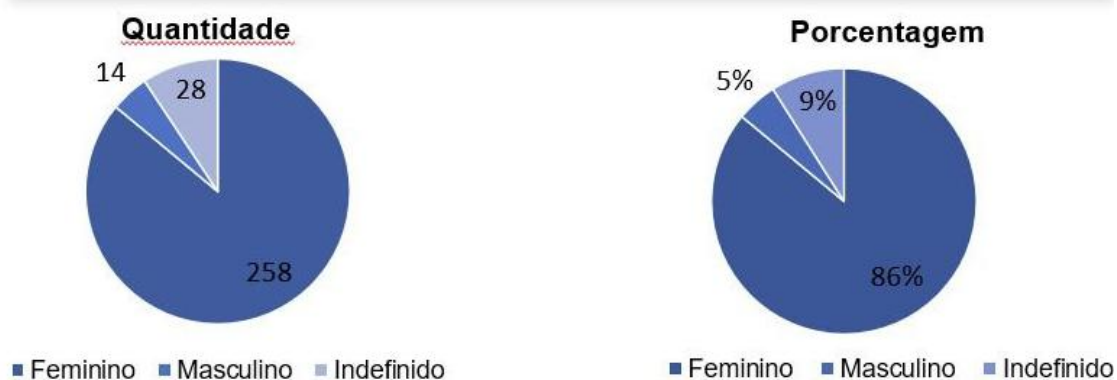
The image shows two side-by-side screenshots of job advertisements. The left screenshot is for a 'Secretário Executivo' position at 'Pront Empregos' in São Paulo, SP, with a salary range of R\$ 4.000 - R\$ 4.500 por mês. It lists benefits like 'Vale-transporte' and 'Vale-alimentação', and a detailed description of the role involving administrative support and document management. The right screenshot is for a 'Secretária Executiva' position at 'ETAGE INDUSTRIA E COMECIO' in São Bernardo do Campo, with a salary range of R\$ 5 mil - R\$ 6 mil. It lists responsibilities such as 'Auxílio direto à diretoria e demais áreas da empresa', 'Gestão de agendas e compromissos', and 'Organização de reuniões e eventos corporativos'. Both ads include a 'Candidatar-se' button.

Fonte – Glassdoor; Indeed; Catho (2025).

Os dados coletados são reveladores: das 300 vagas analisadas, uma expressiva maioria de 258 (86%) especificava o título no feminino ("Secretária Executiva"). Em contraste, apenas 14 vagas (5%) utilizavam o título no masculino ("Secretário Executivo"), e 28 vagas (9%) optaram por uma denominação de gênero indefinido ("Secretário(a) executivo(a) ou secretária(o) executiva(o)").

Figura 3 - Gráfico da Análise dos Anúncios de Vagas de Emprego

Análise Vagas de Emprego



Fonte: Os autores (2025).

A disparidade observada nos títulos das vagas é um forte indicativo de como o mercado de trabalho, por meio de sua linguagem, naturaliza a feminização da profissão. A predominância de 86% de vagas anunciadas no feminino não é um mero detalhe gramatical; ela atua como um poderoso dispositivo discursivo. Conforme Michel Foucault (2008), o discurso não é apenas uma forma de expressão, mas um conjunto de práticas que produzem o que é considerado "verdade". Nesse sentido, a reiteração do termo "Secretária Executiva" nas ofertas de emprego constitui uma prática discursiva que constrói e consolida uma realidade social onde a presença masculina é sistematicamente excluída, estabelecendo uma "lei de raridade" para a figura do homem-secretário já no ponto de entrada no mercado de trabalho.

Essa materialização do gênero na atribuição de tarefas no mercado de trabalho é um ponto central na análise de Biroli (2016), que argumenta que a divisão sexual do trabalho não apenas reflete, mas produz o gênero. A linguagem dos títulos das vagas, ao designar majoritariamente a função para o feminino, é um mecanismo central dessa produção, reforçando a ideia de que certas ocupações são inerentemente femininas. Isso se alinha à perspectiva de Judith Butler (2003), para quem o gênero é uma ficção cultural, uma construção social performada e mantida coletivamente. A

linguagem dos anúncios de vagas, ao reiterar o feminino, contribui para essa performatividade de gênero, mantendo a associação da profissão ao feminino por meio de normas sociais coercitivas que se manifestam na própria nomenclatura das posições.

Adicionalmente, Hirata (2010) ressalta a indissociabilidade entre trabalho, saber e poder. No caso do Secretariado Executivo, a forma como as vagas são anunciadas contribui para que a profissão seja percebida como uma extensão das funções femininas tradicionais, dificultando o reconhecimento e a valorização daquilo que foi convencionado acerca da presença masculina nesse campo. A linguagem dos anúncios, ao perpetuar essa associação, molda as trajetórias e identidades profissionais, desvalorizando implicitamente a inserção masculina e reforçando as desigualdades de gênero.

A ínfima porcentagem de vagas com título masculino (5%) é um dado alarmante que corrobora a invisibilidade masculina já observada no *corpus* visual. Essa escassez de anúncios que explicitamente buscam um "Secretário Executivo" reforça a "lei de raridade" foucaultiana (Foucault, 2008), onde os mecanismos de exclusão discursiva funcionam para silenciar a presença masculina, tornando o "homem-secretário" um enunciado não legitimado no próprio mercado de trabalho. A ausência de uma demanda explícita por homens na área contribui para a percepção de que essa não é uma carreira para eles, desestimulando sua busca e perpetuando o ciclo de invisibilidade.

Essa raridade de vagas masculinas pode ser analisada sob a ótica da masculinidade hegemônica e subordinada, conforme Connell (1995) e Grollmus (1989). A escassez de anúncios para "Secretário Executivo" pode ser vista como uma forma de subordinação discursiva, estigmatizando homens que buscam essa área e reforçando a violência simbólica que age entre os próprios homens – aqueles que não se adequam aos padrões hegemônicos de masculinidade (que não associam o homem a profissões "femininas") são inferiorizados.

Lucena e Cheever (2018) apontam o paradoxo enfrentado por homens em profissões feminizadas. A escassez de vagas com título masculino reflete a tensão entre o capital simbólico da masculinidade (que poderia, em tese, lhes conferir privilégios) e o estigma de ocupar um lugar "inadequado" para seu gênero. Essa contradição gera resistências tanto institucionais (como a linguagem dos anúncios) quanto culturais à sua plena integração e reconhecimento.

A ausência de referências masculinas nos anúncios de vagas também cria um vazio simbólico que impacta diretamente a construção da identidade profissional desses homens. Nascimento (2007) argumenta que a identidade profissional se elabora a partir do processo de socialização e da apropriação de conhecimentos e valores. A carência de modelos positivos e a predominância de estereótipos femininos nos anúncios de vagas criam obstáculos significativos para a construção de uma identidade profissional masculina sólida, dificultando a projeção e o reconhecimento de trajetórias profissionais possíveis para homens na área.

A categoria de vagas com título indefinido ("Secretariado Executivo"), embora represente uma pequena parcela (9%), merece atenção. Em tese, essa neutralidade de gênero poderia indicar uma abertura para a pluralização das concepções de masculinidade, conforme defendem Soares, Mourão e Santos (2016), ou para múltiplas performatividades, como proposto por D'Angelo et al. (2018). No entanto, é crucial questionar se essa neutralidade aparente se traduz em uma real inclusão.

Mesmo com a ausência de um marcador de gênero explícito, o "regime de verdade" estabelecido pela feminização histórica da profissão pode direcionar a interpretação dessas vagas para o gênero feminino. Foucault (2008) nos lembra que as formações discursivas estabelecem limites para os enunciados possíveis. Assim, no contexto de um campo profissional onde a figura feminina é hegemônica, a busca por "Secretariado Executivo" é provavelmente lida e interpretada pela maioria dos candidatos e recrutadores como uma busca por uma mulher, mantendo a exclusão discursiva da figura masculina, ainda que de forma implícita. A neutralidade linguística, nesse cenário, pode não ser suficiente para desconstruir um imaginário social profundamente enraizado.

A análise dos títulos das vagas de emprego demonstra que a linguagem do mercado de trabalho é um agente ativo na construção e perpetuação da invisibilidade masculina no Secretariado Executivo. Ao moldar as expectativas e a percepção da profissão, essa linguagem desestimula a atração de homens para a área e reforça os desafios identitários daqueles que ousam ingressar nela.

A ausência de referências masculinas legitimadas no mercado de trabalho, refletida nos anúncios, dificulta a construção de uma identidade profissional masculina sólida, exigindo que esses homens "inventem" suas próprias referências (Nascimento, 2007). Esse ciclo de invisibilidade, reforçado pela linguagem dos anúncios, perpetua a dificuldade de emergência de novas referências masculinas no campo.

4.4 Conclusões Parciais e Encaminhamento para as Considerações Finais

A análise do *corpus* textual das vagas de emprego corrobora e aprofunda as conclusões da análise visual do Canva. Ambos os *corpora* demonstram a força dos discursos – visuais e textuais – na perpetuação da invisibilidade masculina no Secretariado Executivo. Enquanto as imagens constroem um imaginário predominantemente feminino, os anúncios de vagas solidificam essa percepção no mercado de trabalho real, por meio de uma linguagem que designa a profissão majoritariamente para o gênero feminino.

Essa seção encerra a análise empírica da pesquisa, revelando como os estereótipos de gênero são reforçados tanto nas representações midiáticas quanto nas práticas de recrutamento. Os dados apontam para a necessidade de desconstrução desses discursos para que a presença masculina no Secretariado Executivo possa ganhar visibilidade e legitimidade. As considerações finais, a seguir, farão uma síntese geral dos resultados, suas implicações mais amplas e possíveis caminhos para a superação dessa invisibilidade.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo propôs-se a investigar a complexa questão da invisibilidade masculina no campo do Secretariado Executivo, buscando compreender como os estereótipos midiáticos, por meio de práticas discursivas, produzem e sustentam essa ausência. O problema de pesquisa central que guiou esta investigação foi: "Como os estereótipos midiáticos produzem e sustentam, por meio de práticas discursivas, a invisibilidade masculina no campo do Secretariado Executivo?". Para responder a essa questão, o objetivo geral foi analisar como tais estereótipos atuam como práticas discursivas de exclusão e raridade, contribuindo para a manutenção dessa invisibilidade. Objetivos específicos incluíram a investigação das formações discursivas que constroem o Secretariado como feminino, a interpretação foucaultiana da repetição de estereótipos e ausência de modelos positivos, e a análise de representações midiáticas específicas em imagens e anúncios de emprego.

A análise empreendida, que conjugou a Análise de Conteúdo de Bardin com a Análise Foucaultiana do Discurso, revelou resultados contundentes que confirmam a hipótese inicial de que a invisibilidade masculina no Secretariado Executivo não é

meramente uma questão numérica, mas um fenômeno discursivamente construído e perpetuado.

No que tange ao *corpus* visual (imagens do Canva), a pesquisa demonstrou uma disparidade avassaladora na representação de gênero: 84% das imagens retratam profissionais femininas, contra apenas 6% masculinas. Mais alarmante ainda, a busca pelo termo "secretário" (masculino) na plataforma resultou predominantemente em imagens femininas, evidenciando um mecanismo algorítmico que reforça a exclusão e a "lei de raridade" foucaultiana. Essa predominância visual feminina, aliada à ausência de figuras masculinas positivas, solidifica um imaginário social que percebe o Secretariado como um campo inerentemente feminino, negando simbolicamente a possibilidade da presença masculina. As dinâmicas de interação também corroboraram essa visão, com a maioria das interações retratando mulheres secretárias atendendo homens, reforçando papéis de apoio tradicionalmente femininos.

A análise do corpus textual (vagas de emprego Glassdoor, Catho e Indeed) espelhou e aprofundou esses achados. Das 300 vagas analisadas, 86% utilizavam o título no feminino ("Secretária Executiva"), enquanto apenas 5% usavam o masculino ("Secretário Executivo"). Mesmo as vagas com título indefinido (9%) não se mostraram eficazes em desconstruir a percepção de gênero, sendo provavelmente interpretadas no contexto da feminização histórica da profissão. Essa linguagem do mercado de trabalho atua como um poderoso dispositivo discursivo que naturaliza a feminização, desestimula a atração de homens para a área e impõe desafios identitários significativos àqueles que ousam ingressar nela. A "lei de raridade" foucaultiana manifesta-se claramente na escassez de anúncios que explicitamente buscam homens, contribuindo para a percepção de que essa não é uma carreira para eles.

Em suma, os resultados demonstram que os estereótipos midiáticos e as práticas discursivas, tanto visuais quanto textuais, atuam de forma sinérgica para construir e perpetuar a invisibilidade masculina no Secretariado Executivo. A teoria foucaultiana do discurso, o conceito de estereótipos midiáticos de Hall e Lippmann, o simbolismo imaginário de Castoriadis e Durand, as perspectivas de gênero como construção social de Butler e Maihofer, a divisão sexual do trabalho de Guiraldelli e Biroli, as masculinidades hegemônicas e subordinadas de Connell e Grollmus, e a construção da identidade profissional de Santos, Oliveira e Nascimento, foram fundamentais para desvelar os mecanismos complexos que naturalizam essa

exclusão. A contribuição deste estudo reside em evidenciar como a linguagem e as representações visuais não são meros reflexos da realidade, mas agentes ativos na sua construção, moldando expectativas, identidades e possibilidades profissionais.

A investigação sobre a presença masculina no campo do Secretariado Executivo tem se consolidado como uma linha de pesquisa relevante, corroborando e expandindo os achados deste estudo. Pesquisas recentes demonstram uma preocupação contínua com os desafios e preconceitos enfrentados por esses profissionais. Em estudo sobre a atuação e o preconceito na área, Bernardino e Nunes (2013) já apontavam, por meio da análise da linguagem, como a profissão é socialmente construída de forma a excluir o homem, gerando um estigma que se reflete diretamente nas oportunidades de trabalho. De forma convergente, Barros, Izequiel e Silva (2011) investigaram os desafios específicos nas organizações contemporâneas, concluindo que, embora as oportunidades para o profissional masculino estejam crescendo, a superação de obstáculos como a imagem feminina arraigada da profissão ainda é um fator central que demanda a busca por equidade de gênero por todos os atores da área. Mais recentemente, a discussão sobre os estereótipos foi aprofundada por Bittencourt e Mendes (2022), que, ao analisarem a perspectiva de estudantes, identificaram a persistência de estereótipos relacionados à aparência, subserviência e orientação sexual, os quais geram desequilíbrios e desvantagens no mercado de trabalho. Complementarmente, a pesquisa de Aguiar (2023) focou nas dificuldades enfrentadas por discentes do gênero masculino na busca por estágios, revelando que, mesmo cientes das barreiras e dos estigmas de gênero antes mesmo de ingressarem no curso, os estudantes persistem em enfrentar tais desafios, embora relatem situações de discriminação e constrangimento, como a preferência explícita por candidatas do sexo feminino em processos seletivos. Em conjunto, esses estudos evidenciam que a temática da invisibilidade masculina permanece um campo fértil e necessário de investigação, transitando da análise discursiva para a exploração das experiências vividas pelos próprios sujeitos no ambiente acadêmico e profissional.

É importante reconhecer que este estudo possui limitações inerentes ao seu escopo e metodologia. A análise do corpus visual se restringiu às imagens da plataforma Canva, e o corpus textual, às vagas de emprego de Glassdoor, Catho e Indeed. Embora essas plataformas sejam representativas, a inclusão de outros bancos de imagens, redes sociais profissionais (como LinkedIn) ou anúncios de

veículos de comunicação mais tradicionais poderia oferecer uma perspectiva ainda mais ampla. Além disso, a pesquisa focou na análise discursiva, não incluindo entrevistas ou grupos focais com profissionais do Secretariado Executivo (homens e mulheres) ou recrutadores, o que poderia trazer percepções subjetivas e experiências vividas que complementaríamos a análise dos discursos. A natureza qualitativa da interpretação, embora robusta, não permite generalizações estatísticas para além do corpus analisado.

Com base nas limitações identificadas e nos resultados obtidos, diversas linhas de pesquisa futuras podem ser propostas para aprofundar a compreensão da invisibilidade masculina no Secretariado Executivo e em outras profissões feminizadas:

Estudos de Percepção e Experiência: Realizar pesquisas qualitativas com homens que atuam ou buscaram atuar no Secretariado Executivo, explorando suas experiências, desafios identitários, estratégias de negociação de gênero e percepções sobre a representação midiática da profissão. Entrevistas com recrutadores também poderiam revelar os vieses implícitos ou explícitos no processo de seleção.

Análise Comparativa de Mídias: Expandir o *corpus* de análise visual e textual para incluir outras plataformas, como LinkedIn, Instagram, ou anúncios em revistas e jornais, para verificar se os padrões de invisibilidade se repetem ou se manifestam de formas distintas em diferentes veículos.

Intervenções e Desconstrução: Desenvolver e testar intervenções que busquem desconstruir os estereótipos de gênero no Secretariado Executivo, como campanhas de conscientização, materiais didáticos inclusivos ou diretrizes para anúncios de vagas. A eficácia dessas intervenções poderia ser avaliada por meio de estudos longitudinais.

Estudos sobre Masculinidades Plurais: Aprofundar a investigação sobre como diferentes expressões de masculinidade (além da hegemônica e subordinada) podem ser articuladas e legitimadas no contexto de profissões tradicionalmente femininas, contribuindo para a desconstrução de normas de gênero rígidas.

Análise de Políticas Institucionais: Investigar as políticas internas de empresas e instituições de ensino que formam secretários executivos, buscando identificar como elas podem, intencionalmente ou não, perpetuar ou combater a invisibilidade masculina na profissão.

Interseccionalidade e Recortes Sociais: Explorar a invisibilidade no Secretariado a partir de outros marcadores, como raça, classe social e sexualidade. Por exemplo, compreender como profissionais de secretariado negros vivenciam as dinâmicas de reconhecimento e estigma pode trazer uma perspectiva interseccional, enriquecendo o debate sobre desigualdades no campo.

Essas recomendações visam aprofundar o conhecimento acadêmico e também subsidiar ações práticas que promovam maior equidade de gênero e visibilidade para todos os profissionais, independentemente de seu sexo, no campo do Secretariado Executivo.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, S. O. de. **As dificuldades sofridas pelos discentes de Secretariado Executivo do gênero masculino na busca por estágios**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Secretariado Executivo) - Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2023.

ARAUJO, D. G. **O espaço ocupado pelo sexo masculino no ramo do Secretariado Executivo**. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Secretariado Executivo Bilíngue) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2007.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. Edição revista e ampliada. São Paulo: Edições 70, 2011. 279 p.

BARROS, C. M. P.; IZEQUIEL, D. S. A.; SILVA, J. S. Os desafios enfrentados pelo profissional de secretariado executivo do gênero masculino nas organizações contemporâneas. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 158-176, 2011.

BERNARDINO, W. M.; NUNES, W. S. Análise dos gêneros na linguagem: a atuação e o preconceito contra os homens na área de secretariado executivo. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 48-72, 2013.

BIROLI, F. **Divisão Sexual do Trabalho e Democracia**. Dados, v. 59, n. 3, p. 719–754, jul. 2016.

BRUNETTI, G. B. N.; COSTA, M. D. **Estereótipos de gênero no curso de Secretariado Executivo**: discussões a partir do olhar de estudantes do gênero masculino. *Revista de Gestão e Secretariado, [S. l.]*, v. 13, n. 1, p. 145–169, 2022. DOI: 10.7769/gesec.v13i1.1260.

BUTLER, J. **Os atos performativos e a constituição do gênero**: um ensaio sobre fenomenologia e teoria feminista. Tradução: Jamille Pinheiro Dias. [S. l.] Edições Chão da Feira, 2018. 16 p. (Caderno de leituras, n. 78).

CASTORIADIS, C. **A instituição imaginária da sociedade**. Tradução: Guy Reynaud. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. 418 p. Título original: L'institution imaginaire de la société.

CONNELL, R. **Masculinidades**. 2. ed. Trad. Irene Artigas; Isabel Vericat. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, 2015.

D'ANGELO, L. B. *et al.* **Performatividades de Gênero em Unidades Prisionais Femininas do Rio de Janeiro**. *Psicologia: Ciência e Profissão*, v. 38, n. spe2, p. 44–59, 2018.

DURAND, G. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arquetipologia geral. Tradução: Hélder Godinho. 4. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012. 551 p.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Tradução: Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008. 236 p.

FOUCAULT, M. **Power/knowledge**: selected interviews and other writings (1972-1977). Edição de Colin Gordon. Tradução de Colin Gordon; Leo Marshall; John Mepham; Kate Soper. Nova York: Pantheon Books, 1980. 270 p.

FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M.; PAIVA, R. Rio de Janeiro: estereótipos e representações midiáticas. **E-compós**, Rio de Janeiro, ed. 1, p. 1- 2004.

GROLLMUS, N. S. Violence and Masculinity: A Narrative Approach Toward the Problem of Violence Against Male Teenagers. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, [S. l.], v. 15, n. 1, 1989.

GUIRALDELLI, R. Adeus à divisão sexual do trabalho?: desigualdade de gênero na cadeia produtiva da confecção. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 27, n. 3, p. 709–732, set. 2012.

HALL, S. **Representation**: cultural representations and signifying practices. Londres: Sage Publications, 1997. 74 p.

HIRATA, S. H. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. **Revista Tecnologia e Sociedade**, Curitiba, v. 6, n. 10, p. 1-7, jul./dez. 2010.

LIPPMANN, W. Public opinion: stereotypes. **Questions of communication**. Lorraine, ed. 44, p. 287-300, 2023. DOI: 10.4000/questionsdecommunication.33368

LUCENA, K. D. T.; CHEEVER, E. T. Gênero e violência: contribuições para o debate. **J Hum Growth Dev**, [S. l.], v. 28, n. 2, p. 109–112, 2018.

MAIHOFER, A. O gênero como construção social - uma consideração intermediária. **Revista Direito e Práxis**, [S. l.], v. 7, n. 3, p. 874–888, 2016. DOI: 10.12957/dep.2016.25362.

NASCIMENTO, M. A. V. Dimensões da identidade profissional docente na formação inicial. **Revista Portuguesa de Pedagogia**, [S. l.], n. 41-2, p. p. 207-218, 2007. DOI: 10.14195/1647-8614_41-2_9.

OLIVEIRA, P. W. S. Construção de identidades profissionais: da formação profissional à vivência da inserção no mercado de trabalho. **Revista LABOR**, [S. l.], n. 6, v. 1, 2011.

SANTOS, C. A Construção Social do Conceito de Identidade Profissional. Interações. **Sociedade e as novas modernidades**, [S. l.], v. 5, n. 8, 2005.

SOARES, J. P. F.; MOURÃO, L.; MONTEIRO, I. C.; SANTOS, D. S. O choro do capitão: Notas sobre performatividades de gênero e masculinidades no futebol profissional. **Movimento**, [S. l.], v. 22, n. 4, p. 1149–1162, 2016.