



## Revista ADM.MADE

Revista do Mestrado em Administração e  
Desenvolvimento Empresarial - Universidade  
Estácio de Sá

**Revista ADM.MADE, Rio de Janeiro, ano 15, v.19, n.1, p.102-122, janeiro/abril, 2015**  
Revista do Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial da Universidade  
Estácio de Sá – Rio de Janeiro (MADE/UNESA). ISSN: 2237-5139  
Conteúdo publicado de acesso livre e irrestrito, sob licença Creative Commons 3.0.  
Editora científica: Isabel de Sá Affonso da Costa

### **“Quem mais veste Prada?” Psicopatas Corporativos e Assédio Moral no Trabalho**

*Cintia Rodrigues de Oliveira Medeiros<sup>1</sup>*  
*Valmir Machado Valadão Júnior<sup>2</sup>*  
*Miriam de Castro Possas<sup>3</sup>*

---

Artigo recebido em 12/07/2014 e aprovado em 30/03/2015. Artigo avaliado em *double blind review*.

A pesquisa que deu origem a este artigo teve apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG).

<sup>1</sup> Doutora em Administração pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas (EAESP/FGV). Professora do Programa de Mestrado em Administração da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia (PPGA/FAGEN/UFU). Endereço: Av. João Naves de Avila, 2122, bloco 5M sala 101, Campus Santa Mônica – Uberlândia - MG – CEP 38408-100. E-mail: [cintia@fagen.ufu.br](mailto:cintia@fagen.ufu.br).

<sup>2</sup> Doutor em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Professor do Programa de Mestrado em Administração da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia (PPGA/FAGEN/UFU). Endereço: Av. João Naves de Avila, 2122, bloco 5M sala 101, Campus Santa Mônica – Uberlândia - MG – CEP 38408-100. E-mail: [valdirjr@ufu.br](mailto:valdirjr@ufu.br).

<sup>3</sup> Mestre em Administração pela Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia (PPGA/FAGEN/UFU). Endereço: Av. João Naves de Avila, 2122, bloco 5M sala 101, Campus Santa Mônica – Uberlândia - MG – CEP 38408-100. E-mail: [miriampossas@gmail.com](mailto:miriampossas@gmail.com).

## **"Quem mais veste Prada?" Psicopatas Corporativos e Assédio Moral no Trabalho**

O tema deste artigo centra-se na figura do psicopata corporativo e no contexto do assédio moral no trabalho. Assumindo que a arte cinematográfica espelha a realidade, utilizamos a análise fílmica para discutir as implicações da presença de psicopatas corporativos nas organizações. Os procedimentos metodológicos foram orientados pela abordagem qualitativa, e utilizamos a técnica de análise fílmica. Caracterizando-se como uma pesquisa documental, visto que analisamos o filme "O Diabo Veste Prada", buscamos compreender, no enredo do filme, o contexto no qual o psicopata corporativo atua, associando-o com a situação de assédio moral no trabalho, destacando suas características, o perfil da vítima, o perfil do (a) agressor(a) e os mecanismos utilizados por ele(a). Como resultados, apontamos as aproximações entre o conhecimento gerado sobre o contexto de atuação do psicopata corporativo e sua representação no cinema.

**Palavras-chave:** cultura; psicopata corporativo; assédio moral.

**Keywords:** culture; corporate psychopaths; moral harassment.

## **"Who else wears Prada?" Corporate Psychopaths and Moral Harassment at Work**

This article focuses on the figure of the corporate psychopath and in the context of workplace moral harassment. In this paper, we assume that the film art reflects reality, and then we used film analysis to discuss the implications of the presence of Corporate Psychopaths in organizations. The methodological procedures were guided by the qualitative approach, and we used the technique of film analysis. Characterized as documentary research, as we analyze the movie "The Devil Wears Prada", we seek to understand the context in which the corporate psychopath acts, associating it with the situation of moral harassment at work, highlighting their characteristics, the victim profile, the offender profile and the mechanisms used by him or her. As results, we point out the similarities between the generated knowledge about the context of the corporate psychopath action and its representation in cinema.

### **1. Introdução: Ficção como Campo Material**

Nesta pesquisa, direcionamos nosso esforço para compreender como a arte cinematográfica dialoga com as representações do real. O cinema é propício para a análise do imaginário manifesto, dada a sua potencialidade para compor representações que permitem materializar o conteúdo de outras manifestações imaginárias. Sendo assim, o cinema é capaz de criar mundos e realidades, projetando e dando forma a esses mundos com imagens, com sons e com movimentos, sendo capaz de jogar com o real. Isso torna o cinema equipado para propor uma narrativa imaginária com pretensões de verdade.

É nesse sentido que Pelzer e Paes de Paula (2002) consideram que o cinema e a televisão transformaram as sociedades em culturas visuais. O filme pode ser pensado como uma representação que também espelha a realidade organizacional e que ajuda a refletir sobre as questões da produção da realidade nas organizações, pois esse decodifica representações, construções e desconstruções.

Neste artigo, assumimos que a arte cinematográfica espelha a realidade. Portanto, configura-se como um objeto de análise enriquecedor para a compreensão de elementos de

um fenômeno frequente no cotidiano organizacional, qual seja, a presença do psicopata corporativo no ambiente de trabalho, associando-o à situação de assédio moral no trabalho. O fenômeno do assédio moral é foco de estudo de diversos campos de conhecimento, pois demanda análise multidisciplinar. No campo da administração, o assédio moral no trabalho constitui-se em um tema árido, entretanto, é crescente o número de pesquisas sobre o tema.

Nosso objetivo é discutir as implicações da presença do psicopata corporativo no ambiente organizacional, associando-o com a situação de assédio moral no trabalho, conforme Boddy (2011). Ressaltamos que identificamos o assediador como um psicopata corporativo, no entanto, isso não implica que todo psicopata seja um assediador. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, portanto, não se apresenta como uma proposta inflexível, caracterizando-se como uma pesquisa documental, visto que analisamos o filme “O Diabo Veste Prada”. Buscamos compreender, no enredo do filme, o contexto no qual o assédio moral se desenvolve, suas características, o perfil da vítima, o perfil do(a) agressor(a) ou do(a) psicopata corporativo(a) e os mecanismos utilizados por ele(a).

Iniciamos nosso artigo apresentando a revisão da literatura sobre a definição de psicopata corporativo e o tema assédio moral no trabalho; em seguida, justificamos o cinema como um espaço intermediário entre ficção e realidade, o que potencializa a análise do cotidiano organizacional, e descrevemos a técnica de análise utilizada e os resultados. Por fim, tecemos nossas considerações finais sobre o diálogo do cinema e o contexto organizacional, no que se refere à presença do psicopata corporativo e ao assédio moral no trabalho.

## **2. O Psicopata Corporativo e o Assédio Moral no Trabalho**

As expressões psicopata corporativo, psicopata executivo, psicopata industrial e psicopata organizacional descrevem psicopatas que trabalham e que operam no âmbito das organizações (BODY, 2005) e, impiedosamente, manipulam os outros, sem consciência, para promover seus próprios objetivos (BODY, 2011). As características desses indivíduos e o modo como esses atuam nas organizações geram consequências desastrosas para o ambiente organizacional, potencializando condutas como o assédio moral no trabalho.

O assédio moral é termo relativamente novo para comportamento um tanto quanto antigo. Os estudiosos Leymann (1996) em seu livro sobre “psicoterror”, e, posteriormente, Hirigoyen (1999), que utilizou pela primeira vez o termo assédio moral, foram os primeiros teóricos a se atentar para a temática (FREITAS, 2001). Hirigoyen (2006, p.17) traz, como definição do termo assédio moral, “qualquer conduta abusiva (gesto, palavra, comportamento, atitude...) que atente, por sua repetição ou sistematização, contra a dignidade ou integridade psíquica ou física de uma pessoa, ameaçando seu emprego ou degradando o clima de trabalho”.

Sendo um comportamento agressivo e vexatório adotado por uma ou mais pessoas, no intuito de constranger e de ferir outro indivíduo, repetidas vezes, em seu local de trabalho (HELOANI, 2005), o assédio moral ganha contorno quando acontece de forma repetida e insistente, e, segundo Leymann (1996), por um período de seis meses. Os

ataques, em sua forma individual, podem não ser graves, mas o conjunto desses comportamentos e sua repetição acabam por se tornar nocivos e destruidores. Um comportamento que surge de uma ânsia pelo poder do assediador e de sua perversidade (HIRIGOYEN, 2003, 2006), podendo se manifestar em todos os níveis hierárquicos (KEASHLEY; NEUMAN, 2004), sinalizando para a presença de psicopatas corporativos no ambiente organizacional.

## **2.1. Assediador e psicopata corporativo**

Clinicamente, a psicopatia é um transtorno da personalidade, envolvendo falta de empatia e de apego aos outros, carisma e charme superficial, manipulação e violação das normas sociais (GUDMUNDSSON; SOUTHEY, 2011). Essas características também são utilizadas para descrever o assediador. Na literatura sobre assédio moral no trabalho, o assediador é descrito como um psicopata corporativo (GARRIDO, 2000; PIÑUEL Y ZABALA, 2001; HIRIGOYEN, 2002; OLIVARES, 2006; MASCARENHAS, 2008). Para Olivares (2006), o assediador é um verdadeiro psicopata organizacional.

Antecedido pelo abuso de poder, o assédio moral é mecanismo utilizado por indivíduos perversos (FREITAS, 2001). Os perversos narcisistas têm medo das pessoas, principalmente daquelas que não foram seduzidas por ele ou submetidas às suas artimanhas, pois essas se tornam perigosas, podem se manifestar de forma contrária e se tornar oposição (HIRIGOYEN, 2006). Assim, essas pessoas com sede de poder (HIRIGOYEN, 2006) que, geralmente, são habilidosos, carismáticos, políticos e admirados (HELOANI, 2011), acabam por se aproveitar do trabalho de outros para se autopromover.

Dessa forma, frequentemente tomam para si méritos de outros e sugam as energias alheias para conseguir o que querem (HELOANI, 2004): serem reconhecidos como profissionais eficientes e merecedores de admiração, mesmo que tratem as pessoas de forma arrogante e depreciativa. Com personalidade narcisista e traços destrutivos, acabam por ter sua autoestima estimulada e fortalecida devido à situação gerada (HELOANI, 2004).

Outras características apresentadas pelo psicopata corporativo e o assediador são a ausência de sentimentos de culpa, de vergonha e de remorso, e comportamento oportunista, egocêntrico e manipulador (BODDY, 2005; GUDMUNDSSON; SOUTHEY, 2011). Assediadores, assim como os psicopatas corporativos, aparentam ser pessoas normais, mas que possuem a habilidade de manipular as pessoas e as situações em benefício próprio, sem ter nenhuma preocupação com a consequência de seus atos (BODDY, 2005). Outro traço comum é ser megalomaniaco, ou seja, apresentar ar de superioridade, além de criticar os outros com frequência, de não estabelecer relação de afeto e de mostrar desinteresse para com os demais (GUDMUNDSSON; SOUTHEY, 2011). Além disso, a inveja, a apropriação de méritos, o discurso totalitário e a capacidade de culpabilização de outros por suas fraquezas e dificuldades também são característicos da personalidade perversa, que é utilizada para descrever o assediador e o psicopata corporativo (HIRIGOYEN, 2003; BODDY, 2011; GUDMUNDSSON; SOUTHEY, 2011). Pesquisa realizada por Tracy, Lutgen-Sandvik e Alberts (2006) chegou a resultados que mostram os assediadores, na visão das vítimas, como

ditadores narcisistas, atores de duas caras e demônios; já os assediados se descrevem como crianças abusadas, escravos, animais, prisioneiros.

Nesse sentido, associar o assediador com o psicopata corporativo, descrevendo-o como tal, pode contribuir para que sua identificação no âmbito da empresa e, conseqüentemente, para a criação de formas para coibir suas atitudes, visto que os estudos sobre os psicopatas oferecem respostas quanto à sua caracterização.

## **2.2. A vítima do psicopata corporativo**

O alvo do assédio é o indivíduo, podendo o assediador ser mascarado pela ideia de obter maior produtividade ou de adequação ao sistema, mas, na verdade, esse vale-se de um mecanismo velado para se livrar de uma determinada pessoa que incomoda (HIRIGOYEN, 2006). Dessa forma, a função, a imagem e a identidade do assediado são anuladas, na tentativa de desintegrá-lo socialmente, de anulá-lo simbolicamente, negando sua subjetividade (HIRIGOYEN, 2003; HELOANI, 2004). Assim, a vítima é encurralada e assume posição de inferioridade (EINARSEN, 2000), satisfazendo, dessa forma, os objetivos do psicopata corporativo (GUDMUNDSSON; SOUTHEY, 2011; CLARKE, 2011).

Algumas especificidades podem fazer com que certas pessoas sejam mais suscetíveis ao assédio: pessoas excessivamente competentes, resistentes à padronização ou que possuam algum traço que as diferencie (por exemplo, uma deficiência ou crença religiosa) (HIRIGOYEN, 2006). As mulheres, em alguns estudos (HELOANI, 2004; BENEVIDES et al, 2012), se mostram como vítimas potenciais. Battistelli, Amazarray e Koller (2011) acrescentam negros, homossexuais e portadores de alguma necessidade especial. Pessoas que reagem ao autoritarismo ou que representam uma ameaça ao seu superior também são alvos (HIRIGOYEN, 2003; HELOANI, 2004).

Mas, para que o assédio aconteça, não necessariamente a vítima precisa ter um traço que a diferencie dos demais, anterior ao processo do assédio, já que ele pressupõe que haja uma desqualificação da vítima, fazendo com que ela se sinta inferior e incapaz, tornando-se estigmatizada (HIRIGOYEN, 2003; HELOANI, 2004). Dessa forma, devido à complexidade do assunto, é difícil criar padrões de vítimas (RAYNER, 1997), sendo as organizações e as pessoas, de forma geral, suscetíveis ao assédio moral (MARTININGO FILHO; SIQUEIRA, 2008; MATOS et al, 2010) e à atuação do psicopata corporativo (BODDY, 2005, 2011; CLARKE, 2011).

## **2.3. O contexto de atuação do psicopata corporativo**

Alguns contextos organizacionais são mais propícios à atuação do psicopata corporativo e ao assédio moral do que outros. Em alguns locais, o assédio encontra espaço para se desenvolver sem que haja uma restrição, pelo contrário, o terreno se mostra fértil e permissivo (FREITAS, 2007; CORREA; CARRIERI, 2007). Características como o estresse, a má comunicação, a padronização, a falta de reconhecimento, a fuga à responsabilidade (HIRIGOYEN, 2006) e a competitividade extrema (HELOANI, 2011) acabam por tornar o ambiente mais suscetível, e o psicopata corporativo aproveita para atuar.

O estresse, comum atualmente, não é por si só um ambiente de assédio. Quando a atribuição de tarefas é incessante, quando o poder do chefe é ilimitado e quando a flexibilidade das regras existe, o estresse é consequência e colabora para que o assédio moral apareça (HIRIGOYEN, 2006; FREITAS, 2007). Assim, o ambiente estressante pode encorajar comportamentos assediadores (BOWLING; BEEHR, 2006), já que as pessoas estão submetidas a constante e intensa pressão, e o local se torna propício para que a perversidade do psicopata corporativo apareça (FREITAS, 2007; HELOANI, 2011). O estudo de Salin (2003) indica que um alto grau de estresse pode ser facilitador para a insatisfação e para o assédio moral no trabalho, visto que os estudos (HIRIGOYEN, 2006; HELOANI, 2011) mostram que pessoas com longas jornadas de trabalho, com pressão de tempo e com acúmulo de tarefas são aquelas que mais relatam casos de assédio.

Uma organização ou área com conflitos tende a ser um espaço menos propício ao assédio do que um local onde há ausência de questionamentos e de oposições (HIRIGOYEN, 2006). Isso porque os conflitos desempenham uma função social de revelar os abusos de poder.

A excessiva padronização que se impõe ao funcionário quando ele é admitido na empresa, assim como a pressão para que ele incorpore as normas organizacionais na tentativa de modificar sua forma de vestir, de agir e de pensar, acabam por marginalizar e por tornar as pessoas que não se submetem às regras explícitas ou implícitas da instituição possível foco dos assediadores. Dedicar-se ao trabalho integralmente e aderir às normas coletivas é um mecanismo de controle que insere o funcionário no grupo, e ele acaba por ser aceito (HIRIGOYEN, 2006).

Outra característica do ambiente organizacional que propicia o assédio moral é a falta de reconhecimento. Quando os funcionários se dedicam ao trabalho e são instigados a se envolver ao extremo, mas, em contrapartida, não têm o reconhecimento por suas conquistas e só recebem críticas, cria-se ambiente de insatisfação (KEASHLEY; NEUMAN, 2004), que, aliado à falta de reconhecimento e ao desprezo, torna-se destruidor (HIRIGOYEN, 2006).

Também é comum a fuga à responsabilidade - ou seja, transferir a responsabilidade do erro para outra pessoa ou acusar o contexto em que está inserido. Entra aí a competitividade, tão valorizada atualmente, que acaba por permitir comportamentos violentos, que se tornam mecanismos de cobrança e de punição, tornando a organização complacente com o insulto, com a humilhação e com o desrespeito, em nome de um ambiente competitivo e de metas elevadas (CORREA; CARRIERI, 2007; HELOANI, 2011). Um contexto de competitividade favorece a instrumentalização do outro, sendo ela mesma uma forma de violência (HELOANI, 2004). A busca pela maximização do desempenho a qualquer custo pode interferir consideravelmente nas relações interpessoais (OLIVIER; BEHR; FREIRE, 2011).

Dessa maneira, alguns aspectos nos parecem claros em relação aos contextos apropriados para a atuação do psicopata corporativo: as condições socioculturais, as especificidades da gestão e a história da organização.

## 2.4. Mecanismos para assediar utilizados pelo psicopata corporativo

O psicopata corporativo utiliza mecanismos diversos para assediar, pois a relação de poder na situação em que ocorre assédio moral é assimétrica. Isso porque existe um que está subordinado ao outro, tanto nos casos de assédio descendente (onde a relação de autoridade é anterior ao assédio, ou seja, os cargos na empresa são de níveis hierárquicos diferentes) quanto nos casos de assédio horizontal (entre pessoas com cargos iguais ou similares). Aquele que detém o poder domina o assediado retirando sua identidade.

O assédio pode se caracterizar por outra direção: o tipo ascendente, que parte do subordinado para o superior (FREITAS, 2001; HIRIGOYEN, 2003). Antecedido de submissão e de dominação psicológica, o assediado é ridicularizado. Assim, o assédio moral acontece no sentido de humilhar e de rebaixar uma pessoa que não se adequou ao grupo, sendo o assédio uma maneira de impor e padronizar a lógica da empresa ou do grupo (HIRIGOYEN, 2006).

Para conseguir isso, o psicopata assediador utiliza diversos mecanismos, algumas vezes mais sutis, outras, mais diretos, tais como insultos, ameaças, declarações preconceituosas, ridicularização, negação da comunicação, rumores e críticas injustificáveis ao trabalho (HIRIGOYEN, 2003). Esses mecanismos podem ser inconscientes ou não, mas impedem a vítima de reagir e se defender (EINARSEN, 2000).

Uma característica do assédio moral é imposição da solidão, pois as pessoas que se encontram isoladas tornam-se mais vulneráveis. Assim, o isolamento passa a ser um dos primeiros mecanismos do assédio, como, por exemplo, privar a pessoa de participar dos processos de tomada de decisão e fazê-la se sentir ignorada pelos demais (BRYANT; COX, 2003). Por isso, para o assediador, é preciso que a pessoa rompa seus laços, pois sem aliados ela fica desprotegida. Desse modo, os círculos de amizade são logo desfeitos no intuito de isolar a vítima para que ela não tenha com quem compartilhar seu sofrimento, e, ainda, para que ela não se alie nem ganhe força para retribuir a agressão. Sem ajuda e com o consentimento de seus colegas de trabalho, o assediado passa a se sentir culpado, desmotivado e incapaz. Por isso, dentro das atitudes comuns ao assédio, está o isolamento e a recusa de comunicação (HIRIGOYEN, 2006).

Outra característica são as mudanças nas condições do trabalho. Se não há regras rígidas - como, por exemplo, as atribuições do cargo e regras internas explícitas - muito facilmente a situação pode ser manipulada de forma a convencer a pessoa assediada de sua incapacidade. Assim, atribuir funções acima de sua capacidade ou perigosas, abaixo de sua capacidade ou humilhantes, tarefas impossíveis, absurdas, inúteis ou até contraditórias, degrada propositalmente as condições de trabalho. Não tendo meios e condições de conseguir cumprir as funções que lhe foram atribuídas, a pessoa passa a se sentir incompetente, os erros ficam em evidência e sua autoconfiança é abalada, criando pretextos para justificar a perda do emprego (HIRIGOYEN, 2006).

As metáforas que representam os agressores confirmam o objetivo do assédio como “desestabilizar o outro, a fim de não ter mais diante de si um interlocutor capaz de responder” (HIRIGOYEN, 2006, p. 56). O atentado contra a dignidade do indivíduo é outra

característica do assédio moral, que se inicia, geralmente, com brincadeiras sutis e insinuações, que se tornam "práticas institucionalizadas de assédio moral" (HELOANI, 2011, p.51). Sem algo muito claro e delimitado com o que se rebelar, a vítima aceita, tornando-se, posteriormente, alvo de múltiplos ataques. Zombarias, fofocas a seu respeito, críticas, desprezo e humilhações passam a ser situações constantes (FREITAS, 2001), e, com o passar do tempo, os ataques se tornam cada vez mais frequentes (EINARSEN, 2000). A violência em sua forma física, verbal ou sexual, que também caracteriza o assédio, talvez seja seu estágio mais visível e avançado, onde surgem ameaças, gritos, empurrões, espionagem, entre outras coisas (HIRIGOYEN, 2006).

Uma questão que fica no ar é como os psicopatas corporativos têm espaço nas organizações. Pech e Slade (2007) sugerem que os membros da organização toleram tais práticas destrutivas por causa das complexidades cultural e estrutural, com culturas que favorecem o comportamento gerencial manipulador, egoísta e egocêntrico. Além disso, se esses executivos estão cumprindo os objetivos corporativos do negócio, a atenção a essas tendências negativas pode ser negligenciada.

### **3. Ficção e Imaginário no Cinema**

Wood Jr. (2002) afirma que o cinema transformou o mundo, ao permitir fenômeno no qual a imagem parece mais fidedigna que o original e a fantasia é mais real do que a realidade. Isso se deve ao fato de que, conforme o autor, filmes são produtos culturais e, portanto, estão enraizados em realidades, em tradições e em redes de significados. Nessa direção, Araujo e Chauvel (2008) chamam atenção para o fato de que os filmes abordam questões socialmente relevantes, despertando, no espectador, a interpretação e a compreensão de fenômenos sociais a partir do contexto do filme e da experiência vivida pelos personagens.

Para Rose (2002), as representações do cinema vão além dos discursos, uma vez que o filme forma um conjunto de recursos de texto, escrito ou falado, e de imagens visuais e técnicas capazes de criar elementos que facilitam a análise e o entendimento de um sistema de significados. Dessa forma, a análise fílmica constitui um procedimento esquemático que visa a relacionar o cinema com outras áreas da vida ou com outros campos do conhecimento, promovendo sua capacidade de diálogo entre áreas (ANDREW, 2002).

No caso específico das organizações, pode-se verificar que o conhecimento e a experiência organizacional podem ser compreendidos utilizando-se as artes, como, por exemplo, o cinema. Isso porque a produção cinematográfica permite, ao espectador, suplantar o raciocínio lógico, visto que envolve sentimento e experiências (DAVEL; VERGARA; GHADIRI, 2007).

No estudo das organizações, o cinema também se confirma como um espaço intermediário entre a ficção e a realidade do cotidiano organizacional, no qual se projetam várias concepções imaginárias. Conforme Pelzer (2002, p.37), "o uso de filmes como referencial analítico vem-se mostrando inquestionavelmente útil no campo da teoria social".

Isso pode ser evidenciado pela crescente utilização de filmes como objeto de análise em pesquisas que focalizam o contexto organizacional e do trabalho (PELZER, 2002).

Essas pesquisas trouxeram contribuições para a compreensão das organizações, reforçando os argumentos de Phillips (1995). Esse autor argumenta que analisar as representações do mundo corporativo em ficções, como os filmes, enriquece a pesquisa no campo da administração. Nesse sentido, focalizamos o cinema como objeto de estudo por esse ser um dos mais influentes meios de comunicação da cultura contemporânea e, portanto, capazes de potencializar importantes *insights* na percepção do público sobre o contexto das organizações (JAMESON, 1991). Além disso, pesquisas sugerem que imagens são um meio poderoso para transmitir informações para o público (GOLEMAN; BOYATZIS; MCKEE, 2002).

#### 4. A Pesquisa: Procedimentos Técnicos para a Análise Fílmica

Esta pesquisa caracteriza-se como documental, visto que analisamos o contexto organizacional em uma produção cinematográfica com o objetivo de discutir as implicações da presença do psicopata corporativo, associando-o com a situação de assédio moral no trabalho. Para tanto, utilizamos a análise fílmica de uma produção cinematográfica, cujo enredo é protagonizado por uma jovem em início de carreira que conseguiu emprego em uma reconhecida revista de moda, e que trabalha como assistente da principal executiva da revista.

A abordagem da pesquisa é qualitativa e utilizamos o esquema proposto por Langer (2004) para análise fílmica: 1) definição do objeto e do tema de pesquisa; 2) seleção do filme; 3) crítica externa do filme; 4) crítica interna do filme e 5) comparação da análise de conteúdos. Na **primeira etapa**, procedemos à definição do tema da pesquisa, que é a presença do psicopata corporativo e do assédio moral no trabalho, tendo priorizado o contexto do trabalho contemporâneo.

Em seguida, **na segunda etapa**, pesquisamos vários filmes, nacionais e estrangeiros, entre aqueles que receberam indicações para o Prêmio Oscar de Cinema de 2004 a 2014, com exceção de animações, de curtas e de documentários, e que atendessem aos seguintes critérios: (1) ter uma organização como pano de fundo; (2) enfatizar relações hierárquicas no trabalho; e (3) dialogar com o contexto contemporâneo. Encontramos três filmes (“Terra Fria”, “O Diabo Veste Prada” e “Crash – No limite”) com qualquer indicação ao Oscar, no período de 2004 a 2013, cujo enredo caracteriza-se como assédio moral no trabalho. Desses, descartamos um (“Crash – No limite”), por não atender, simultaneamente, aos três critérios. Entre os dois filmes que atendiam aos três critérios, selecionamos o mais contemporâneo, com base no reconhecimento do enredo e por conveniência, “O Diabo Veste Prada” (no original, *The Devil Wears Prada*).

Na **terceira etapa**, tal qual a recomendação de Langer (2004), realizamos a crítica externa do filme, enfatizando elementos técnicos da produção, a cronologia da obra, elementos estéticos e o contexto sociocultural da época em que o filme foi produzido.

Utilizando a técnica de análise de conteúdo, conforme Langer (2004), iniciamos a **quarta etapa**: a crítica interna do filme. Esse autor explica que a crítica interna consiste na análise do conteúdo em três aspectos: objetivo (sentido geral ou de forma mais direta: diálogos, indumentária, gestos, enredo, cenários); implícito (o que os cineastas gostariam de transmitir como mensagem de forma indireta e aspectos a serem observados nos filmes, como modelos de representações ideológicas, modelos históricos e patrióticos, público-alvo, receptividade e estereótipos); e inconsciente (aquilo que ultrapassaria as intenções dos produtores de cinema, de ordem individual ou coletiva: contexto social, econômico, político, cultural e religioso) (LANGER, 2004). Nessa mesma etapa, realizamos a transcrição dos diálogos do filme, a qual resultou em 26 laudas.

Por fim, na **quinta etapa**, que consiste na comparação e na análise de conteúdos, analisamos o filme procurando expressões, cenas e palavras que se pudessem relacionar ao tema da pesquisa, buscando comparar os conteúdos com os conhecimentos histórico e sociológico do tema (LANGER, 2004). Para essa etapa, consideramos: (1) o contexto sociocultural do ambiente de trabalho; (2) o perfil da vítima; (3) o perfil do(a) assediador(a); e (4) os mecanismos utilizados para assediar.

## 5. O Diabo Veste Prada. E o que “Veste” o Psicopata?

A seguir, apresentamos a análise do filme “O Diabo Veste Prada”, buscando reconhecer as principais características do psicopata corporativo por meio de sua associação com elementos do assédio moral no trabalho, conforme a literatura sobre o tema.

### 5.1. Crítica externa do filme

O filme “O Diabo Veste Prada” é norte-americano, foi produzido pelos estúdios FOX, e foi lançado nos EUA em 30 de junho de 2006 e no Brasil em 22 de setembro do mesmo ano (ADORO CINEMA, 2006). No Quadro 1 apresentamos algumas informações sobre o filme.

**Quadro 1 - Ficha Técnica do filme “O Diabo Veste Prada”**

<b>Título</b>	O Diabo veste Prada	<b>Direção</b>	David Frankel
<b>Lançamento</b>	2006	<b>Distribuidor</b>	FOX Filmes
<b>Bilheterias no Brasil</b>	1.371.590 ingressos	<b>Orçamento</b>	US\$ 35 milhões
<b>Gênero</b>	Comédia	<b>Tempo de Duração</b>	1h49min
<b>Elenco</b> (nome do ator ou atriz, e do respectivo personagem)			
Meryl Streep - Miranda Priestly; Anne Hathaway - Andrea "Andy" Sachs; Emily Blunt - Emily Stanley Tucci – Nigel			

Fonte: Elaboração própria.

O filme é uma adaptação do livro *bestseller* homônimo, escrito por Lauren Weisberger, e a semelhança com sua vida pessoal é notada pelos críticos e leitores, pois a

autora trabalhou na redação da revista Vogue no início de sua carreira, com a editora-chefe Anna Wintour.

Com direção de David Frankel, que já dirigiu outros filmes, entre eles “Marley e Eu”, o filme foi indicado a dois Oscars: o de melhor atriz (Meryl Streep) e o de melhor figurino (Patrícia Field), sendo que, no segundo caso, o custo de figurino ultrapassou US\$ 1 milhão, pois contava com marcas como Chanel, Prada, Dior, Valentino, e Dolce & Gabbana (MARAFON, 2006).

## 5.2. Crítica interna do filme

O filme conta a história de uma jornalista recém-formada, Andrea Sachs (interpretada pela atriz Anne Hathaway), que está em busca de trabalho e que consegue uma entrevista em uma importante revista de moda, denominada Runway. Miranda Priestly, interpretada pela atriz Meryl Streep, é a editora-chefe da revista e uma das mais célebres personagens da moda, conhecida e vangloriada por todos à sua volta. Durante a entrevista de emprego, Andrea já tem uma amostra de como será sua vida a partir de então. Após sua contratação, Andrea (cujo apelido é Andy) vira motivo de chacota para seus colegas de trabalho, por não se vestir como as pessoas se vestem no mundo da moda e por não valorizar o que é cultuado dentro da Revista Runway.

Miranda também a trata com desprezo, e não raras vezes olha para Andy com certo desdém e pena. Durante o filme, Miranda e a personagem Emily (interpretada pela atriz Emily Blunt) - que é, também, secretária de Miranda - atribuem a Andy diversas tarefas, dos mais variados tipos, desde aquelas completamente insignificantes até coisas impossíveis. E Andy passa a maior parte do tempo tentando cumprir tudo que lhe é solicitado. Mesmo sendo desmerecida por todos e sempre julgada por seu modo de vestir e por seu peso, Andy está decidida a seguir em frente.

Inicialmente, ela é resistente, não quer se adaptar à forma como as outras garotas se vestem. Mas, com o tempo, ela é vencida, por não aguentar mais o sofrimento que lhe é causado, e, também, por influência de um de seus colegas de trabalho, Nigel (interpretado pelo ator Stanley Tucci), que tenta lhe ajudar com sua nova forma de vestir.

Com o passar do tempo, Andy se adapta às suas funções e ao “modo de ser Runway”, surpreendendo a todos. Todavia, ao mesmo tempo, ela se torna uma pessoa completamente dedicada ao trabalho, deixando para trás seus amigos e o namorado. No dilema entre ser uma funcionária competente que se rende a todos os desejos de Miranda e ter a vida que possuía antes, Andy repensa sobre isso quando descobre os bastidores da moda e as artimanhas para conseguir se sobressair. Sem querer participar disso, Andy se demite.

## 5.3. Comparação e análise do conteúdo

Nesta seção, analisaremos o enredo do filme, alguns trechos e algumas falas dos personagens, buscando cenas que se aproximem com o tema de pesquisa e com os tópicos do referencial teórico, quais sejam: (1) o contexto sociocultural do ambiente de trabalho; (2)

o perfil da vítima; (3) o perfil do(a) psicopata e assediador(a); e (4) os mecanismos utilizados para assediar.

#### 5.4. Contexto sociocultural do ambiente de trabalho

A Runway é uma revista onde todos se vestem com grifes da moda, entendem de moda, se preocupam com seus cabelos, sapatos, roupas, acessórios. A estética é extremamente valorizada e Andy apelida suas colegas de trabalho de “saltinhos”.

Logo no início, é possível perceber como a protagonista não se sente à vontade nesse ambiente de culto à beleza e à forma física. O filme mostra o mundo *fashion* e seus bastidores, onde Miranda tem poderes ilimitados, por ser a editora-musa da moda. É também o local onde seus subordinados tentam agradá-la de todas as formas possíveis para não perder o emprego, que é extremamente requisitado. Várias cenas do filme mostram como esse ambiente se torna estressante, padronizador, competitivo, sem reconhecimento e, conseqüentemente, um terreno propício para que o psicopata corporativo atue e o assédio moral se desenvolva (HIRIGOYEN, 2006; FREITAS, 2007; HELOANI, 2011; BODDY, 2011).

Durante o filme, é possível perceber que Andy é requisitada às 6h15min da manhã e, em outros momentos, que ela precisa trabalhar até as 22h30min. Além disso, o seu horário de almoço é de 12 minutos, o seu telefone toca incessantemente durante o trabalho e, muitas vezes, ela é obrigada a abandonar compromissos pessoais para realizar tarefas referentes ao trabalho. Assim, a incessante atribuição de tarefas, uma chefe com poder ilimitado e a flexibilidade das regras existentes geram um ambiente de grande estresse e pressão, potencializando, assim, a ação do psicopata corporativo (BODDY, 2011) e o assédio moral (HIRIGOYEN, 2003, 2006 e FREITAS, 2007). Várias cenas mostram Andy correndo pelas ruas, seja levando o café de Miranda, o almoço, roupas e compras solicitadas (ver Figura 1), mostrando como ela está constantemente submetida à pressão.

**Figura 1: Cena do filme - Andy com as compras de Miranda correndo pelas ruas**



Fonte: ADOROCINEMA (2014).

O diálogo abaixo (ver Quadro 2) mostra Andy questionando a ausência de reconhecimento por parte de Miranda, e Nigel a repreendendo por reclamar, frisando que ela é substituível, que não é importante para a empresa. Nessa cena, é possível identificar uma das características contextuais do assédio, pois há dedicação e envolvimento e, em contrapartida, não há reconhecimento, dessa forma gerando desmotivação (HIRIGOYEN, 2006). Além disso, mostra uma grande competitividade presente no ramo, quando o personagem Nigel diz conseguir outra pessoa para substituí-la em cinco minutos, e em outra cena do filme, quando ele afirma aquele ser o emprego dos sonhos de qualquer garota.

### Quadro 2: Diálogo entre Andy e Nigel

Andy: \_ Ela me odeia  
 Nigel: \_ E isso é problema meu porque... Espere! Não é problema meu!  
 Andy: \_ Se acerto, ela não reconhece, nem agradece. Mas se erro, ela é horrível.  
 Nigel: \_ Então, demita-se. Demita-se, arranjo outra em cinco minutos.  
 (Andy faz cara de reprovação para Nigel)  
 Nigel: \_O que quer que eu diga? Algo como 'coitadinha', ela está pegando no seu pé. 'Pobrezinha', pobre Andy. Acorda 40 [se referindo ao número de seu manequim]. Ela só faz o trabalho dela.

Fonte: Elaboração própria.

Além disso, o diálogo reproduzido no Quadro 2 mostra a competitividade presente no ramo, quando Nigel diz conseguir outra pessoa para substituir Andy em pouco tempo, e, ainda quando, em outra cena do filme, afirma ser o emprego dos sonhos de qualquer garota. É nitido que o ambiente de trabalho é de estresse (SALIN, 2003; BOWLING; BEEHR, 2006).

### 5.5. Perfil da vítima

Em vários momentos do filme, conforme ilustrado no Quadro 3, é perceptível que Andy não se enquadra no perfil dos funcionários da empresa, ou seja, surge aqui uma vítima potencial, pois ela apresenta um traço que a distingue ("não tem estilo, nem noção de moda") e, durante o filme, se mostra resistente à padronização, o que também a torna um alvo (HIRIGOYEN, 2003, 2006).

### Quadro 3: Trechos do filme que ilustram o perfil da vítima

Na entrevista de emprego com Miranda: "Aqui não é o meu lugar. Não sou magra, nem glamorosa e não entendo de moda"

Em conversa com seus amigos e seu namorado é possível perceber que ela se sente deslocada quando expressa: "Não sou uma delas", "Devia ver como as moças lá se vestem. Não tenho o que usar".

Na tentativa de tentar modificar a forma como Andy se veste, Nigel leva um sapato para ela calçar, ela mostra resistência ao dizer: "Muita gentileza sua. Mas não preciso. Miranda me contratou, sabe como eu sou".

Revista ADM.MADE, Rio de Janeiro, ano 15, v.19, n.1, p.102-122, janeiro/abril, 2015.

Durante o almoço com Nigel, novamente Andy se mostra resistente a mudanças ao dizer: “Mas não lidarei com moda para sempre... Então, por que mudar? Só por causa desse emprego?”

Em um momento posterior do filme, Andy, no intuito de se adaptar aos comportamentos dos outros membros da organização, modifica sua forma de vestir. Cenas consecutivas aparecem com ela se vestindo de forma diferente da que estava acostumada, numa clara tentativa de se inserir no grupo.

Fonte: Elaboração própria.

A ideia de que Andy deve se adequar ao contexto ao qual está inserida é uma forma de mascarar o assédio, pois, na verdade, a intenção é se livrar de alguém que incomoda (HIRIGOYEN, 2006). Andy recuou ao ser agredida pela primeira vez, dando espaço para que Miranda continuasse com sua forma violenta de tratá-la. Assim, Andy assumiu uma posição de inferioridade frente à sua assediadora Miranda (EINARSEN, 2000).

Outro sentimento comum durante o filme é o sentimento de culpa (HIRIGOYEN, 2003; HELOANI, 2004). Como exemplo desse sentimento, citamos a passagem em que Miranda não pode ir ao recital das suas filhas porque os aviões não decolavam devido ao mau tempo, e Andy pediu desculpas a Miranda, que a recriminou e disse-lhe o quanto estava decepcionada com seu desempenho. Depois de ouvir isso, Andy, com os olhos lacrimejantes, disse: “Eu fiz tudo que podia”.

## 5.6. Perfil do(a) assediador(a)

Miranda tem ar de superioridade, olha pra todos com desdém, critica com frequência e mostra desprezo e desinteresse pelas pessoas que a cercam (ver Quadro 4), traços de uma personalidade perversa que caracteriza o psicopata corporativo (BODDY, 2011; GUDMUNDSSON; SOUTHEY, 2011). A editora-chefe não admite ser reprovada e adora ser admirada por aquilo que faz, mostrando claramente seu perfil perverso e narcísico (HIRIGOYEN, 2003; BODDY, 2005). O assédio é uma forma que o agressor encontra de se sentir mais seguro, autoconfiante e poderoso (HELOANI, 2004).

### Quadro 4: Trecho do filme que ilustra o perfil do agressor

Miranda chama Andy duas vezes, porém, trocando seu nome, mostrando-lhe desprezo pela individualidade, e diz: “Aí está você, Emily. Quantas vezes tenho de gritar o seu nome?”. Assim, Andy a corrige, dizendo que não se chama Emily. Todos na sala repreendem a atitude de Andy e Miranda dá um sorriso de forma sarcástica, e continua chamando-a de Emily durante mais da metade do filme.

Fonte: Elaboração própria.

Além disso, Miranda toma pra si méritos que são conquistados por outros e utiliza da energia de Andy para conseguir aquilo de que precisa. Ou seja, ela manipula as pessoas em benefício próprio, traços característicos de uma personalidade perversa e psicopata (HELOANI, 2004; GUDMUNDSSON; SOUTHEY, 2011). Em um trecho do filme, após pedir a Andy que providencie um manuscrito do novo livro do Harry Potter, Miranda fala no telefone com sua filha: “Mamãe está tentando de tudo para conseguir para você”.

Andy pode se mostrar como uma ameaça, pois não tem admiração por Miranda, já que deixa claro, no início do filme, que nunca havia ouvido falar sobre a revista e sobre Miranda antes. Assim, por Andy não admirá-la, Miranda teme ser rejeitada e questionada, o que é uma característica do assediador (HIRIGOYEN, 2006). Esse aspecto está presente na caracterização do assediador, tanto na literatura quanto no filme. Miranda coloca a sua posição na empresa em primeiro lugar, antes mesmo da família. Estando em vias de um novo divórcio, Miranda preocupa-se apenas com o que a imprensa vai dizer sobre isso, e, ainda, alega que não se importa, mas que teme pelo que suas filhas vão sentir por ter novamente a figura paterna substituída.

Miranda apresenta, ao longo do filme, as descrições encontradas por Tracy, Lutgen-Sandvik e Alberts (2006) - uma ditadora narcisita, comportamento de rainha, duas caras, um demônio - por Boddy (2005) e Gudmundsson e Southey (2011): psicopata corporativo.

### 5.7. Mecanismos utilizados para assediar

Numa situação de assédio, as fofocas, zombarias e críticas passam a ser constantes e repetidas (EINARSEN, 2000; FREITAS, 2001), na tentativa de humilhar, de constranger e de ridicularizar a vítima. O Quadro 5 mostra algumas cenas do filme quando isso acontece:

#### Quadro 5: Trechos do filme que ilustram mecanismos do assediador

Recebida por Emily, que a trata com ironia e desdém dizendo “Ótimo, o pessoal dos Recursos Humanos tem mesmo senso de humor”, e desacredita de sua capacidade de exercer a função dizendo, na cena posterior, “Runway é uma revista de moda e um interesse por moda é crucial”.

Durante uma interação com Nigel, esse pergunta “Quem é essa?” e Emily responde: “Dessa não posso nem falar”. E logo depois, quando Andy sai da sala de Miranda, acreditando não ter sido contratada, Nigel diz a Miranda: “Quem é essa coitada? Vamos fazer um antes e depois e não me disseram nada?”

Falar sobre Andy em suas costas, zombando de sua aparência física e do seu modo de vestir, também pode ser percebido. Na cena em que Emily apresenta Andy à manequim Serena (interpretada por Gisele Bündchen) dizendo “Eu falei para você”, Serena responde “Achei que era brincadeira [...] o que ela está usando?”, e Andy responde “A saia da avó dela”. Observa-se discriminação por sua forma de vestir, que não é similar à de suas colegas de trabalho, além das insinuações desdenhosas. Em cena anterior Emily também diz a ela “Oh! Sinto muito! Tem algum compromisso? Reunião de mulheres com saias medonhas?”

Outro comportamento repetitivo no filme, no momento em que Miranda chega ao escritório, é jogar a bolsa e o casaco na mesa de Andy, sem mesmo lhe dar bom dia ou qualquer cumprimento.

Fonte: Elaboração própria.

O isolamento e a recusa de comunicação também são mecanismos presentes no filme (ver Quadro 6). Por diversas vezes, Andy é interrompida por seus colegas e por sua chefe. Uma cena frequente mostra Miranda falando ao telefone com Andy, mas desligando-o sem que Andy termine de falar. Esse comportamento inibe o conflito e reforça sua condição de inferioridade (HIRIGOYEN, 2006). Além disso, quando a vítima não consegue

estabelecer laços de amizade, ela se sente ignorada pelos demais e não encontra apoio para resistir ao processo de assédio (BRYANT; COX, 2003; HIRIGOYEN, 2006).

#### **Quadro 6: Trechos do filme que ilustram isolamento e recusa de comunicação**

Durante a entrevista de emprego, Andy é interrompida duas vezes: a primeira vez por Miranda - que a interrompe dizendo “Isso é tudo” - e a segunda por Nigel, que entra na sala, ignora sua presença e conversa com Miranda como se não houvesse mais ninguém presente.

Ao tentar se comunicar com Emily, Andy é sempre tratada mal ou tem sua fala cortada no meio. Em uma das cenas, na tentativa de puxar assunto, diz: “Meu pai vem de Ohio, vamos jantar e depois assistir [o musical] Chicago. Vai fazer algo divertido?”, ao que, grosseiramente, Emily responde “Vou”, sem que haja abertura para que a conversa continue.

Fonte: Elaboração própria.

A desqualificação é um dos primeiros mecanismos a ser observado, pois todo assédio é precedido de submissão e de desqualificação (ver Quadro 7). É preciso inferiorizar e desestabilizar a vítima de forma que ela se torne incapaz de reagir à agressão e se sinta incapacitada de cumprir suas funções (HIRIGOYEN, 2006).

#### **Quadro 7: Trechos do filme que ilustram a desqualificação da vítima**

No primeiro dia de trabalho, Emily diz a Andy, assim que chega ao escritório, “É um trabalho muito difícil e não serve pra você.”

Quando Emily e Serena estão conversando sobre Andy, a primeira diz “Não faço ideia por que Miranda a contratou”, Serena responde “Nem eu”, ao que Emily retruca “Sabia, no momento em que a vi, que seria um desastre completo e total”.

Fonte: Elaboração própria.

A ausência de regras e a excessiva atribuição de tarefas também são mecanismos visíveis no filme (ver Quadro 8). Não há regras rígidas, assim como não há atribuições claras de tarefas para o cargo que Andy ocupa, o que potencializa a atuação do psicopata corporativo (PECH; SLADE, 2007).

Miranda e Emily atribuem tarefas humilhantes e inúteis para Andy, bem como algumas impossíveis, perigosas e absurdas, na tentativa de degradar as condições de trabalho e induzi-la ao erro, para justificar o assédio moral. Assim, a vítima se sente incompetente e sua autoconfiança fica abalada (HIRIGOYEN, 2006).

Se algumas cenas e diálogos do filme parecem exagero, os sentimentos da vítima foram subestimados, quando consideramos a literatura pesquisada. Por diversas vezes, observamos, no enredo do filme, tentativas de desintegrar socialmente a jovem Andy. Porém ela foi capaz, e não tardiamente, de se livrar da condição de vítima, já que, o final do

filme dá pistas de que é possível subverter essa condição, sendo para isso preciso que o sujeito se coloque em primeiro lugar.

#### **Quadro 8: Trechos que ilustram a ausência de regras e a excessiva atribuição de tarefas**

No momento de dividir as funções de cada secretária, Emily claramente estabelece diferenças entre elas ao dizer “Temos trabalhos totalmente diferentes”, “Você pega café e faz serviços diversos”, “Eu cuido da agenda dela [...] Vou a Paris com ela [...] Visto alta costura, vou aos desfiles e festas, conheço os designers. É divino!”. Além da expressão de desdém e dos risos, a divisão de tarefas reflete claramente uma hierarquia e, além disso, ausência clara de quais funções devem ser exercidas por Andy com o uso do termo “serviços diversos”, possibilitando que lhe seja atribuída uma gama de funções, muitas vezes trabalhos inferiores à sua capacidade, tais como pegar café.

A atribuição de tarefas de cunho pessoal também é muito comum durante o filme. Além das funções relacionadas ao trabalho, Andy é compelida a comprar “Pranchas novas para as férias” das filhas de Miranda, que “Também precisam de chinelos”, assim como a buscar roupas na lavanderia. Em uma das cenas, Andy fica durante a noite em sua casa fazendo o projeto de ciências das filhas de Miranda.

São constantes as tarefas impossíveis designadas por Miranda, Em uma das cenas ela pede a Andy que consiga um avião de Miami para Nova York, mesmo que as condições climáticas não permitam que isso aconteça, pois “Há um furacão”. Miranda insiste dizendo: “Essa é sua responsabilidade, esse é seu trabalho”. Na cena seguinte, Miranda se mostra muito decepcionada por Andy não ter conseguido o voo: “Você acabou me decepcionando mais do que todas as outras”, ao que Andy alega “Fiz tudo o que podia”. Nessa cena é possível perceber como Andy fica abalada, pois se mostra apreensiva e os olhos lacrimejam.

Miranda diz “Preciso do novo livro de Harry Potter”, se referindo ao “Manuscrito que ainda não foi publicado” e endossa: “Conhece o pessoal das editoras. Não deve ser problema. E pode fazer qualquer coisa, certo?”. Andy fica desmotivada com a tarefa que lhe parece impossível, comenta com Emily “Tenho quatro horas para conseguir o manuscrito impossível”, e em outro momento, diz ao telefone “Sei que é impossível de se conseguir, mas imaginei que poderia tornar o impossível, possível”. Na hora do almoço, Miranda reforça o pedido: “Ah... E se não tiver o livro de Harry Potter a essa altura [na hora que ela voltar ao escritório], nem precisa voltar”.

Fonte: Elaboração própria.

Retomando a questão que intitula esta seção, tentamos responder como o psicopata corporativo se veste. A assediadora no filme, Miranda, veste marcas caras e luxuosas, pois isso a torna poderosa, invejada e temida; trata-se de um comportamento da realeza, caracterizando-se como um psicopata corporativo. E, desse modo, a editora-chefe consegue manter os funcionários da revista sob seu controle, em um ambiente corporativo traiçoeiro e sofisticado.

O assediador, que se veste com a roupagem do “psicopata corporativo”, às vezes usa como traje a pele de cordeiro. Esse é caracterizado pela capacidade de manipular pessoas, regras e organizações, causando uma verdadeira destruição na vida das pessoas e da organização, com consequências desastrosas (BODDY, 2005; GUDMUNDSSON; SOUTHEY, 2011). E para conseguir tudo isso, o psicopata corporativo se veste de perversidade, maldade e total desconsideração pelos outros.

Embora em algumas raras cenas do filme ela tenha se mostrado benevolente, Miranda não se veste de pele cordeiro. Nas cenas finais do filme, Miranda acena com aprovação para a decisão de Andy. Isso reforça um aspecto anteriormente apontado, que se refere às fraquezas do assediador, principalmente, aquelas relacionadas com a sua vida pessoal. No caso de Miranda, a posição na revista é mais importante do que sua vida pessoal, pois declina do acompanhamento de atividades comuns no desenvolvimento das filhas e da companhia do marido. Essas fraquezas são escondidas por suas atitudes agressivas, justamente para colocar sua superioridade na situação - a qual, de fato, não existe.

A seguir, oferecemos algumas pistas das implicações da presença do psicopata corporativo, conforme nos propusemos nos objetivos deste trabalho:

1. **Cultura da aceitação e tolerância do psicopata na organização.** A presença do psicopata corporativo nas organizações aponta para a tolerância e para a aceitação de comportamentos manipulativos, agressivos e desumanos. Essa tolerância acontece, principalmente, pela capacidade de os psicopatas corporativos convencerem quanto ao seu desempenho profissional, e pela habilidade que eles têm de conquistar colegas e chefes. Transparência, comunicação de valores éticos, promoção baseada em mérito e cooperação direta são algumas medidas que podem proteger os membros organizacionais contra potenciais psicopatas corporativos.
2. **Decisões não éticas passam a ser naturais na organização.** Isso porque os psicopatas corporativos tendem a tomar decisões norteando-se pelos ganhos materiais, sem se importar com consequências para as pessoas e para os grupos. Os psicopatas corporativos deixam de lado a ordem moral e baseiam suas decisões nos seus interesses mais imediatos, que são o retorno financeiro, o poder e o controle.
3. **Sofrimento no trabalho.** O ambiente corporativo se torna caracterizado pelo sofrimento daqueles que ali trabalham, à exceção do psicopata, pois esse não sente culpa nem remorso pelo que causa aos outros. As vítimas dos psicopatas corporativos sentem-se desamparadas, com baixa autoestima. Apesar das dificuldades que enfrentam, elas permanecem nas empresas porque precisam. Todavia, sentem-se decepcionadas e desiludidas com a organização, nutrindo ressentimentos por terem se dedicado tanto a ela, que não as protegeu dessas situações traumáticas.

## 6. Considerações Finais

Nesta pesquisa, nos orientamos pela aproximação entre a forma como o cinema representa a presença do psicopata corporativo associado a uma situação de assédio moral e à literatura pesquisada sobre tema. Os diálogos e as cenas transcritos ilustram o contexto no qual o assédio moral se desenvolve, suas características, o perfil da vítima, o perfil do(a) psicopata corporativo(a) e os mecanismos utilizados por ele(a) para destruir o assediado.

Vislumbramos que o diálogo tecido entre o cinema e o contexto organizacional no qual se desenvolve o assédio moral foi profícuo, talvez porque o filme seja a adaptação de uma história real, conforme apontado na crítica externa do filme. A presença de psicopatas corporativos tem sérias implicações no contexto organizacional, sendo, a principal delas, sua associação com o assédio moral no trabalho, fenômeno cujas consequências podem ser graves para o indivíduo, para a organização e para a sociedade (FREITAS, 2007).

Nossa pesquisa tem implicações práticas e teóricas. Ao ilustrar a presença do psicopata corporativo e sua atuação em uma situação de assédio moral, utilizando uma produção cinematográfica, essa pesquisa contribui para a compreensão dos mecanismos que condicionam esse fenômeno no âmbito organizacional. Assim, gestores e funcionários, potencialmente, poderão refletir sobre a sua atuação prática.

Quanto às implicações de natureza teórica, esta pesquisa contribui para a análise de um tema que não é frequentemente discutido em livros-texto de teoria organizacional e de administração de recursos humanos, qual seja, reconhecer a presença de psicopatas corporativos e a situação de assédio moral.

Diante das dificuldades expostas em pesquisas sobre o assédio moral, principalmente quanto a entrevistar os psicopatas corporativos, essa pesquisa contribui, ainda, por potencializar, para gestores e para não gestores, o reconhecimento desse comportamento nas organizações.

De modo a ampliar as contribuições que essa pesquisa oferece, sugerimos que outras produções cinematográficas que tratem de assédio moral sejam objeto de análise focalizando (1) de que modo o assediado lidou com a situação, (2) o comportamento de psicopatas corporativos e, ainda, (3) por que as organizações contratam e promovem esses indivíduos. Outra sugestão para pesquisa é a análise de possíveis contribuições que o cinema oferece como recurso para ilustrar reflexões e discussões sobre gestão e comportamento organizacionais.

Por fim, deixamos aqui o convite para assistir o filme “O Diabo Veste Prada”. As imagens, os sons e as cenas aqui não descritas permitirão ver muito mais do que nossa análise pode oferecer.

## Referências

ADOROCINEMA. **Sinopses e detalhes.** (Online). Disponível em <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-61445/>. Acesso em 19/05/2015.

- ANDREW, J. D. **As principais teorias do cinema**: uma introdução. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- ARAUJO, F. F.; CHAUVEL, M. A. Marketing de cinema francês no Brasil: um estudo exploratório sobre as estratégias de promoção para o lançamento de filmes no mercado brasileiro. **FACEF Pesquisa: Desenvolvimento e Gestão**, v.15, n.3 - p.298-315, 2012.
- BATTISTELLI, B. M.; AMAZARRAY, M. R.; KOLLER, S. H. O assédio moral no trabalho na visão de operadores do direito. **Psicologia e Sociedade**, v. 23, n. 1, p. 35-45, 2011.
- BENEVIDES, S. D. et al. Assédio moral no trabalho: um estudo exploratório no município de Fortaleza – Ceará. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 5, n. 2, p. 373-385, mai./ago., 2012.
- BODDY, C. The implication of corporate psychopaths for business and society: an initial examination and a call to arms. **Australasian Journal of Business and Behavioural Sciences**, v.1, n.2, p.30-40, 2005.
- \_\_\_\_\_. The corporate psychopaths theory of the global financial crisis. **Journal of Business Ethics**, v. 102, p. 255–259, 2011.
- BOWLING, N.; BEEHR, T. Workplace harassment from the victim's perspective: a theoretical model and meta-analysis. **Journal of Applied Psychology**, v. 91, n. 5, p. 998–1012, 2006.
- BRYANT, M.; COX, J. W. The telling of violence organizational change and atrocity tales. **Journal of Organizational Change Management**, v. 16 n. 5, p. 567-583, 2003.
- CLARKE, J. **Trabalhando com monstros**: como identificar psicopatas no seu trabalho e como se proteger deles. São Paulo: Editora Fundamento Educacional, 2011.
- CORRÊA, A. M. H.; CARRIERI, A. P. Percurso semântico do assédio moral na trajetória profissional de mulheres gerentes. **Revista de Administração de Empresas - RAE**, v. 47, n.1, p. 22-32, 2007.
- DAVEL, E.; VERGARA, S. C.; GHADIRI, D. P. **Administração com arte**: papel e impacto da arte no processo ensino-aprendizagem. São Paulo: Atlas, 2007.
- EINARSEN, S. Harassment and bullying at work: a review of the Scandinavian approach. **Aggression and Violent Behavior**, v. 5, n. 4, p. 379–401, 2000.
- FREITAS, M. E. Assédio moral e assédio sexual: faces do poder perverso nas organizações. **Revista de Administração de Empresas -RAE**, v.41, n. 2, p. 8-19, abr./jun., 2001.
- \_\_\_\_\_. Quem paga a conta do assédio moral no trabalho? **RAE – Eletrônica**, v. 6, n. 1, art. 5, jan./jun., 2007.
- GARRIDO, V. **El psicopata**. Alzira: Algar, Valencia, 2000.
- GOLEMAN, D., BOYATZIS, R., MCKEE, A. **Primal leadership**: realizing the power of emotional intelligence. Boston: Harvard Business School Press, 2002.
- GUDMUNDSSON, A.; SOUTHEY, G. Leadership and the rise of the corporate psychopath: What can business schools do about the ‘snakes inside’? **Journal of Social & Behavioural Research in Business**, v. 2, n. 2, p. 18–27, 2011.
- HIRIGOYEN, M. **El acoso moral en el trabajo**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Mal estar no trabalho**: redefinindo o assédio moral. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.
- HELOANI, R. Assédio moral – um ensaio sobre a expropriação da dignidade no trabalho. **RAE – Eletrônica**, v.3, n.1, art.10, jan./jun., 2004.
- HELOANI, R. A dança da garrafa: assédio moral nas organizações. **GV Executivo**, v. 10, n. 1, jan./jun. 2011.
- JAMESON, F. **Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism**. Durham, North Carolina: Duke University Press, 1991.

- KEASHLEY, L.; NEUMAN, J.H. Bullying in the workplace: its impact and management. **Employee Rights and Employment Policy Journal**, v. 8, p. 335-373, 2004.
- LANGER, J. Metodologia para análise de estereótipos em filmes históricos. **Revista História Hoje**, v. 2, n. 5, São Paulo, 2004.
- LEYMANN, H. The content and development of mobbing at work. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, v. 5, n. 2, p. 165-184, 1996.
- MARAFON, R. O Diabo veste Prada. Disponível em: <http://cinepop.virgula.uol.com.br/criticas/diabovesteprada.htm>. Acessado em: 05/04/2014.
- MARTININGO FILHO, A.; SIQUEIRA, M.V. S. Assédio moral e gestão de pessoas: uma análise do assédio moral nas organizações e o papel da área de gestão de pessoas. **Revista de Administração Mackenzie - RAM**, v.9, n. 5, p. 11-34, 2008.
- MASCARENHAS, S. A. N. Bullying e mobbing: desafios para a convivência ética no trabalho. **Amazônica Revista de Psicopedagogia, Psicologia Escolar e Educação**, v. I, n. 1, p. 124-148, jul.-dez., 2008.
- MATTOS, C. A. C. et al. O assédio moral no serviço público estadual: uma investigação no Estado do Pará. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional - G&DR**, Taubaté, v. 6, n. 3, p.50-71, set./dez., 2010.
- OLIVIER, M.; BEHR, S. C. F.; FREIRE, P. I. R. C. S. Assédio moral: uma análise dos acórdãos do tribunal regional do trabalho do Espírito Santo. **Revista de Gestão - REGE**, São Paulo, v. 18, n. 1, p.75-92, jan./mar., 2011.
- PECH, R.J.; SLADE, B.W. Organisational sociopaths: rarely challenged, often promoted. Why? **Society and Business Review**, v.2, n.3, p.254-269, 2007.
- PELZER, P.; PAES DE PAULA, A, P. Fórum teatro, cinema e organizações. **Revista de Administração de Empresas** (Online), São Paulo, v. 42, n. 4, p. 10-10, dez. 2002.
- PELZER, P. Deadman: um encontro com o passado desconhecido. **Revista de Administração de Empresas** (Online), São Paulo, v. 42, n. 4, p. 36-46, dez. 2002.
- PHILLIPS, N. Telling organizational tales: on the role of narrative fiction in the study of organizations. **Organization Studies**, v. 16, n.4, p. 625-649, 1995.
- PIÑUEL Y ZABALA, I. **Mobbing**. Cómo sobrevivir al acoso psicológico en el trabajo. Santander: Sal Terrae, 2001.
- RAYNER, C.; HOEL, H. A summary review of literature relating to workplace bullying. **Journal of Community & Applied Social Psychology**, v.7, n. 3, p. 181-191, 1997.
- ROSE, D. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, M.W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, p. 343-364, 2002.
- SALIN, D. Ways of explaining workplace bullying: a review of enabling, motivating and precipitating structures and processes in the environment. **Human Relations**, v. 56, n. 10, p. 1213-1233, 2003.
- TRACY, S.; LUTGEN-SANDVIK, P.; ALBERTS, J. Nightmares, demons and slaves. Exploring the painful metaphors of workplace bullying. **Management Communication Quarterly**, v. 20, n. 2, p. 148-185, 2006.
- WOOD Jr, T. Spectacular metaphors: from theatre to cinema. **Journal of Organizational Change Management**, v. 15, n.1, p.11-20, 2002.