

Área temática: Gestão de pessoas

**VALORES ORGANIZACIONAIS E TRABALHO NA GERAÇÃO DE
SATISFAÇÃO DOS COLABORADORES: INSIGHTS A PARTIR DO FILME
“O DIABO VESTE PRADA”**

RESUMO

O estudo aborda por meio da observação do filme o “Diabo Veste Prada” os aspectos dos valores individuais e coletivos no âmbito do trabalho e no ambiente organizacional, tendo como objetivo compreender como esses aspectos influenciam na satisfação dos colaboradores da organização. É uma pesquisa que teve como metodologia a análise fílmica, com abordagem qualitativa do tipo explicativa e compreensiva, pois possibilita a identificação das necessidades, anseios e perspectivas das pessoas no contexto pesquisado. A análise das cenas foi precedida por uma pesquisa bibliográfica, por meio do estudo documental, para que se pudesse ter embasamento teórico e proceder a avaliação do filme munidos de conhecimentos, do que preconizam os estudiosos do assunto, tendo o entendimento conceitual na visão de autores que abordam a temática. Com a observação, foi percebido que tanto os valores como as práticas e interações existentes dentro das organizações trazem impactos na satisfação dos colaboradores, e conseqüentemente promovem uma influência no clima e na produtividade da organização, ocasionando efeitos em seus resultados.

Palavras-chave: Valores, Trabalho, Ambiente organizacional, Satisfação.

ABSTRACT

The study addresses, through the observation of the film “Diabo Veste Prada” the aspects of individual and collective values in the scope of work and in the organizational environment, aiming to understand how these aspects influence the satisfaction of the organization's employees. It is a research that used film analysis as a methodology, with a qualitative approach of an explanatory and comprehensive type, as it allows the identification of the needs, desires and perspectives of people in the researched context. The analysis of the scenes was preceded by a bibliographic research, through documentary study, so that one could have a theoretical basis and proceed with the evaluation of the film with knowledge, of what the scholars of the subject recommend, having the conceptual understanding in the view of authors. that address the theme. With the observation, it was realized that both the values and the practices and interactions existing within the organizations have impacts on employee satisfaction, and consequently promote an influence on the organization's climate and productivity, causing effects on its results.

Keywords: Values. Work. Organizational environment. Satisfaction.

1. INTRODUÇÃO

O filme analisado neste estudo possui como gênero comédia\drama\romance, e revela de forma engraçada e totalmente genial os bastidores do universo da moda, especificamente o dia a dia de Andy, a mais nova assistente da famosa revista de moda Runway, trazendo os aspectos sociais do trabalho, e a personalidade marcante da editora-chefe, que controla tudo o que se passa na revista.

No desenrolar desta trama podemos acompanhar Andy (Anne Hathaway), uma moça recém-formada e com grandes sonhos, esta vai trabalhar na conceituada revista de moda Runway, tendo como função ser assistente da diabólica Miranda Priestly (Meryl Streep). Andy, que não se sente bem no ambiente de trabalho, pois lhe é tenso e diferente, questiona sua capacidade em continuar como assistente de Miranda, ao mesmo tempo em que tenta provar que consegue dar conta das tarefas mirabolantes que sua chefe lhe pede todos os dias.

Analisando o período histórico antecessor ao período abordado no filme, época esta que introduziu, preparou e solidificou o cenário comercial da moda, produzindo impactos até os dias atuais, é importante a compreensão de que no período anterior à Revolução Industrial, as roupas eram apenas um adereço que protegia as pessoas contra o frio ou contra o sol escaldante (ou seja, meramente para a sobrevivência dos indivíduos), mas após a Revolução Industrial as roupas passaram a ter um significado maior, de importância, de diferenciação, de formação de grupos sociais, e isso só foi aumentando com o passar do tempo (DA COSTA, 2010).

A moda foi sendo desenvolvida como um elemento comum (as pessoas eram as responsáveis pela sua criação), mas ao mesmo tempo também produzia um significado de singularidade, pois produzia-se e vestia-se aquilo que era da preferência de cada indivíduo, roupas com que cada um se identificava seja pelo fator de personalidade ou até mesmo confortabilidade. Conforme Coelho (2003) afirma, os trabalhadores perderam recentemente seus meios de produção, então suas satisfações básicas passaram a depender de outras empresas produtoras, e estas empresas eram responsáveis por definir quais as necessidades do momento e como as pessoas deveriam ficar satisfeitas (com o perfeito par de botas, por exemplo).

Essa mudança nos meios de produção resultou em uma mudança nos padrões de consumo da população, tendo em vista que antes a produção era para o próprio sustento. Com o crescimento da indústria da moda a produção acontecia agora em larga escala, para suprir a necessidade da população por todo o mundo. Com a crescente da globalização, coube à publicidade desempenhar o papel de transmitir para comunidades de diferentes regiões os produtos considerados “da moda” no momento, criando um grupo social que se identificava com essa prática e com esse “mundo” novo.

Da Costa (2010) complementa seu discurso apontando que a política da época incentivava a globalização e o consumo em grande escala, então nos anos 2000 foi realmente um período em que isso se intensificou bastante, principalmente com o surgimento de revistas especializadas (como a revista Runway, retratada no filme), que atuavam em países de primeiro mundo (como os Estados Unidos) e alimentavam ainda mais essa prática de consumo,

tratando-a como um estilo de vida (algo que é bastante retratado no desenrolar da trama).

O objetivo deste trabalho é compreender os valores organizacionais e valores do trabalho, no que diz respeito à satisfação no âmbito de uma organização do setor de moda, com suporte no filme analisado “Diabo veste Prada”, trilhando um caminho teórico até a prática organizacional. A relevância do tema abordado é percebida através da compreensão do real significado dos valores organizacionais do trabalho e como as interações e práticas internas afetam a organização, trazendo impactos na satisfação dos colaboradores, assim como beneficiando a organização e acarretando impactos em seus resultados (a longo prazo).

2. DESENVOLVIMENTO

Nesta seção serão apresentados conceitos de diferentes autores sobre valores organizacionais, valores do trabalho e como esses valores se relacionam com a satisfação interna organizacional.

2.1 Valores Organizacionais

Segundo Schwartz (1999) valores podem ser caracterizados como princípios que direcionam ou guiam a vida de indivíduos. Tamayo (2005) corrobora com este pensamento, acrescentando ainda que analisar os valores de determinado grupo é de extrema importância para conseguir compreender os pensamentos e as ações humanas, sendo possível ainda codificar influências dos fatores sociais, políticos, religiosos ou econômicos e a partir disto delinear identidades, comportamentos e atitudes do indivíduo ou grupo (caráter integrativo). Contudo, dialogando com

Para se compreender os valores, o primeiro passo é se manter atento às necessidades do indivíduo\grupo, necessidades estas que se satisfeitas impulsionariam esses indivíduos\grupos a maiores resultados (MOURÃO et al., 2003). Aproveitando este gancho, é interessante que na perspectiva de alguns estudiosos do assunto, os valores são tidos como antecessores de comportamentos, apresentando uma base capaz de orientar e guiar a vida de pessoas, tanto de modo direto, quanto de modo indireto (BORLIDO, 2011). Com base nessa afirmativa, destacamos o que defende Cunha (2015, p.21) quando afirma que “o comportamento e ações diárias dos indivíduos são traçados nos valores pessoais edificados ao longo de sua formação como cidadão”.

A seguir tem-se um Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO) pautado nos dez tipos motivacionais de Schwartz (1992), com autoria de Oliveira e Tamayo (2004). No Quadro 1 abaixo os valores organizacionais são sintetizados e adicionados de seus respectivos conceitos, para maior compreensão.

Quadro 1- Fatores de valores organizacionais do IPVO.

VALORES ORGANIZACIONAIS	CONCEITOS
Realização	Valorização da competência para o alcance do sucesso da organização e dos empregados.

Conformidade	Valorização do respeito às regras e modelos de comportamento no ambiente de trabalho e no relacionamento com outras organizações.
Domínio	Valorização do poder, tendo como meta a obtenção de status, controle sobre pessoas, recursos e mercado.
Bem-estar	Valorização da satisfação dos empregados mediante a qualidade de vida no trabalho.
Tradição	Valorização dos costumes e práticas consagradas.
Prestígio	Valorização do prestígio organizacional na sociedade, mediante a qualidade de produtos.
Autonomia	Valorização de desafios, a busca de aperfeiçoamento constante, a curiosidade, a variedade de experiências e a definição de objetivos profissionais dos empregados.
Preocupação com a coletividade	Valorização do relacionamento com pessoas que são próximas à comunidade.

Fonte: Oliveira e Tamayo (2004).

De acordo com a análise do Quadro 1, é perceptível que os valores podem ser associados ao grau de importância atribuído por cada pessoa, e esse grau de importância sofre variação de acordo com cada sujeito. Sucintamente, os valores são carregados de significados, e trazendo os valores para o âmbito organizacional, significa que esses significados podem ser percebidos e utilizados a favor da organização, a fim de obter resultados positivos a longo prazo.

Andrade (2011) afirma que por meio dos valores as pessoas guiam suas vidas, seus passos, suas ações, podendo se assemelhar ou não com o modelo já estabelecido, ou seja, de maneira vantajosa ou desvantajosa para a organização. Interações sociais, de família, escola/faculdade ou trabalho mediam as ações humanas, e no ambiente organizacional (foco deste trabalho) os valores pessoais influenciam as tomadas de decisões ao passo que os valores organizacionais se assemelhem ou não, sejam compatíveis ou não, com os valores dos trabalhadores (BORLIDO, 2011).

2.2 Valores do Trabalho

De acordo com Porto e Tamayo (2003) os valores do trabalho, assim como os valores organizacionais, também decorrem dos valores pessoais dos indivíduos e se manifestam no ambiente de trabalho. Esses valores ditam o que as pessoas esperam e desejam obter por meio da realização do seu trabalho, seus interesses e metas pessoais. De acordo com os estudos realizados sobre os valores do trabalho, existe uma ramificação em duas direções principais, onde a primeira centra-se na investigação da importância que os trabalhadores dão ao seu trabalho, e a segunda centra-se na identificação dos valores atribuídos ao trabalho e a importância relativa que tem em si (TAMAYO; BORGES, 2006).

O Quadro 2 abaixo, sumariza os três valores do trabalho apontados por Teixeira (2008), onde é possível perceber a relação entre valores pessoais e valores do trabalho, e como isso afeta diretamente o ambiente organizacional.

Quadro 2 - Três Valores do Trabalho

VALORES DO TRABALHO	CONCEITOS
---------------------	-----------

Pessoais	Pautam condutas adotadas em que se percebem os princípios que guiam a vida organizacional do indivíduo.
Sociais	Forma como o indivíduo percebe o outro diante de posições expostas, defendidas e comungadas.
Culturais	Os princípios de um grupo podem ser definidos como valores do trabalho e são compartilhados pelos membros envolvidos ou estabelecidos por líderes ou símbolos organizacionais.

Fonte: Elaborado com base em Teixeira (2008).

Porto e Tamayo (2008) dão continuidade às suas afirmações e apontam que ao longo dos anos foram construídos instrumentos de coleta de dados, que tinham como objetivo diagnosticar os valores relativos ao trabalho. Entretanto, esses instrumentos apresentavam falhas, pois desconsiderava-se que, na sociedade contemporânea, o trabalho é o elemento central da identidade social do indivíduo, sendo o meio pelo qual ele usa para atingir suas metas pessoais.

Diante destas pesquisas os autores trouxeram os conceitos demonstrados no Quadro 3 abaixo, onde sua base de análise se desdobra em quatro valores: realização no trabalho, relações sociais, prestígio e estabilidade.

Quadro 3- Valores do Trabalho

VALORES DO TRABALHO	CONCEITOS
Realização	Relaciona-se à busca de prazer e realização pessoal e profissional, bem como de independência de pensamento e ação no trabalho por meio da autonomia intelectual e da criatividade.
Relações Sociais	Referem-se à busca de relações sociais positivas no trabalho e de contribuições positivas para a sociedade por meio do trabalho.
Prestígio	Refere-se à busca de autonomia, sucesso profissional e poder de influência no trabalho.
Estabilidade	Refere-se à busca de segurança e ordem na vida por meio do trabalho, possibilitando suprir materialmente as necessidades pessoais.

Fonte: Elaborado pelas autoras com base em Porto e Tamayo (2003).

O Quadro 3 traz justamente o alinhamento onde se percebe que os valores do trabalho são extremamente importantes para os indivíduos, pois o sentimento de satisfação no trabalho traz impactos positivos para a organização e também para os trabalhadores, pois estes conseguem atingir suas metas particulares (envolvendo os valores sociais). Uma pesquisa realizada por Paiva e Dutra (2017) com operadores de *call center*, cujo objetivo era estudar os valores organizacionais e os valores do trabalho evidenciou o quanto eles veem como importantes os valores do trabalho, considerando as possibilidades “forte, importante e elevado”; “médio”; e, “frágil, nada importante, baixo”. Os itens foram avaliados de forma isolada e cada um teve o seguinte percentual de resposta no item “forte, importante e elevado”: realização no trabalho (76,5%), prestígio (61,7%), estabilidade (58,7%) e em último lugar, relações sociais (50,3%). É importante destacar que, todos foram considerados pela maioria dos pesquisados como “forte, importante e elevado”, pois, embora relações sócias tenham ficado em último lugar, teve uma representatividade de 50,3%.

2.3 Valores Organizacionais e do Trabalho e suas Interfaces com a Satisfação

A compreensão dos valores organizacionais e do trabalho assume grande importância, pois têm sido considerados preditores do comportamento no local de trabalho, agindo como condutor do grupo em que o indivíduo está inserido - no caso das organizações, no grupo de trabalhadores - (SCHWARTZ, 2005).

Os valores organizacionais determinam como os funcionários percebem e definem as diversas situações na organização, seja na percepção de problemas e a forma de solucioná-los, mecanismos de socialização dos colaboradores, o comprometimento do empregado com o trabalho e com a organização, a identificação com o grupo, a produtividade e a satisfação dos empregados com o trabalho e com a empresa. Desta forma, de acordo com os valores sociais de cada indivíduo, é perceptível que os funcionários sabem o que eles querem e o que eles não querem sentir e fazer em um ambiente de trabalho, ou seja, os valores do trabalho. Sucintamente, os valores organizacionais e do trabalho impactam diretamente na satisfação do trabalhador (TAMAYO, 1998).

Entrando no conceito de satisfação, Robbins (2002) conceitua satisfação no trabalho como a atitude geral de uma pessoa em relação ao trabalho exercido e a organização em que atua. Diversas variáveis organizacionais influenciam diretamente na satisfação do trabalho, como relações do trabalho, ambiente, a organização do trabalho, políticas de gestão da empresa, tecnologia, metas, objetivos, interesses, entre outros. Siqueira (2008) complementa o conceito de satisfação, apontando que a satisfação no trabalho no século XXI aborda o vínculo afetivo entre o indivíduo e seu trabalho.

De acordo com a Figura 1 abaixo, é possível analisar os fatores que influenciam na satisfação dos colaboradores no ambiente corporativo, tendo em mente que esses fatores advêm dos valores organizacionais e dos próprios valores do trabalho, como conceituados acima.

Figura 1- Satisfação no Trabalho



Fonte: Elaborada pelas autoras, com base em Siqueira (1995).

- Satisfação com os colegas: Atitude quanto ao relacionamento com o grupo\grupos sociais dentro da organização.
- Satisfação com o salário: Atitude quanto ao reconhecimento financeiro, de acordo com a atividade prestada.
- Satisfação com a chefia: Atitude quanto às relações de poder\hierárquicas dentro da organização.
- Satisfação com a natureza do trabalho: Atitude quanto à atividade\atividades exercidas dentro do cargo do indivíduo.
- Satisfação com as promoções: Atitude quanto à percepção da valorização por parte da empresa, possibilidade de desenvolvimento dentro do negócio.

3. METODOLOGIA

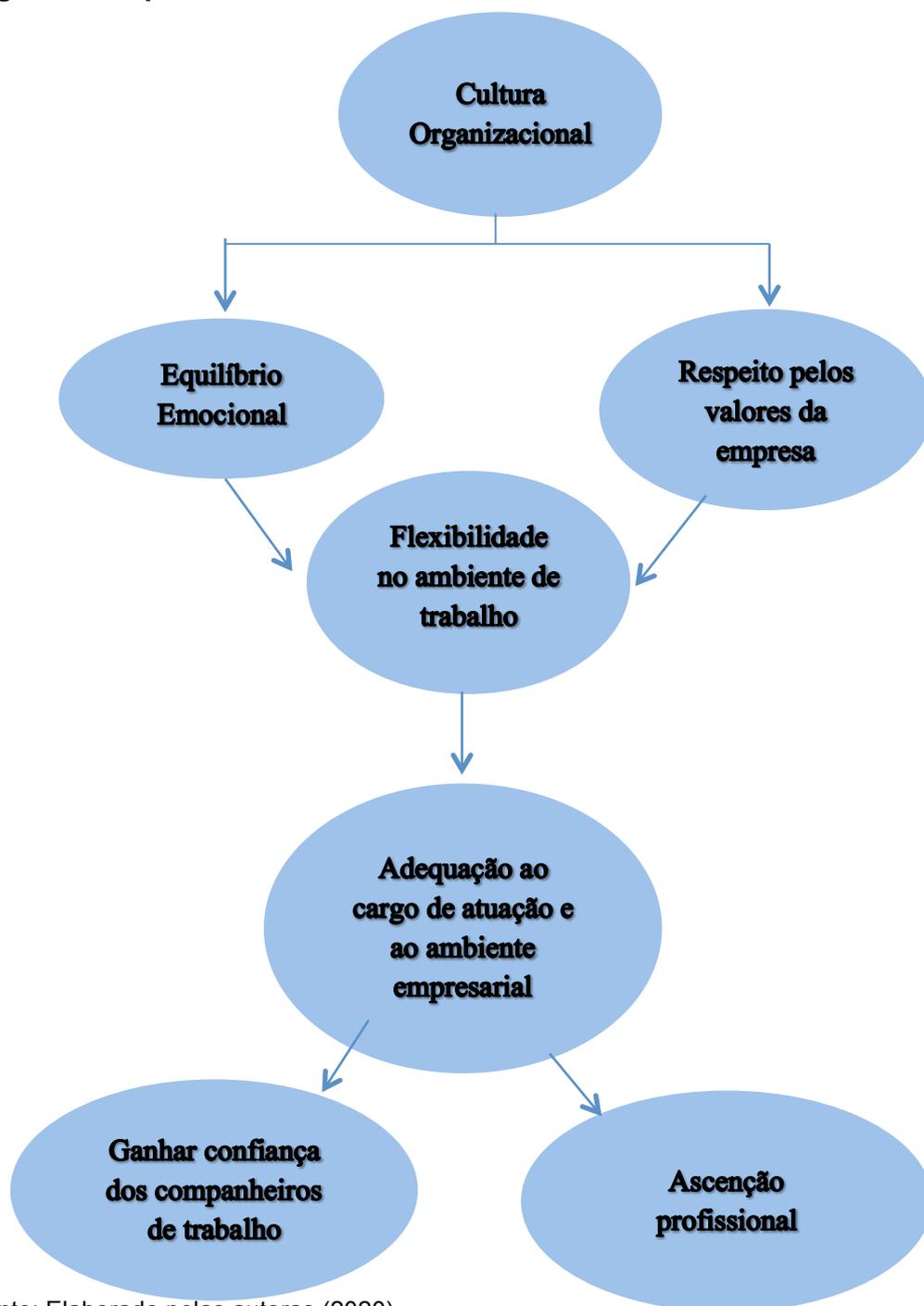
Trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa do tipo explicativa e compreensiva (por se tratar de uma análise fílmica, possuindo como universo de análise e coleta de dados, o filme “Diabo veste Prada”). A pesquisa qualitativa é um instrumento que possibilita aos pesquisadores identificar necessidades, anseios e perspectivas das pessoas ou contexto, pesquisados (CASA NOVA; SILVA, 2018). Segundo Vanoye e Goliot-Lété (1994), o estudo fílmico ou análise fílmica surgiu em decorrência de uma demanda institucional, sendo utilizada em seu início apenas por estudantes e professores de cinema. Entretanto, expandiu-se para outras áreas a partir da identificação deste recurso como metodologia que auxiliaria no processo de aprendizagem.

Carvalho (2014) em concordância, afirma que analisar por um maior tempo um filme, focando nos elementos restritos da obra e seus pormenores, permite chegar a conclusões mais amplas e com grande embasamento teórico. Sucintamente a análise de conteúdo é definida como um conjunto de técnicas

de análise das comunicações (ROCHA; DEUSDARÁ, 2005). Nesta pesquisa, o conteúdo comunicativo analisado foi o filme “Diabo veste Prada”. Por fim, para maior enriquecimento dos temas abordados e embasamento teórico, foi utilizado a pesquisa bibliográfica, que segundo Gil (2002) permite ao pesquisador obter cobertura de fenômenos mais amplos.

Abaixo segue a Figura 2, retratando um mapa conceitual elaborado a partir das temáticas percebidas e analisadas ao assistir o filme “Diabo veste Prada”. Os conceitos apontados foram escolhidos para análise posterior, integrando teorias abordadas no referencial teórico, para maior compreensão

Figura 2- Mapa Conceitual do Filme



Fonte: Elaborado pelas autoras (2020)

Quadro 4- Descrição dos principais personagens.

NOME	CARACTERÍSTICAS	IMPRESSIONES
MIRANDA PRIESTLY	Editora-chefe da revista de moda Runway, uma mulher de personalidade forte e extremamente autoritária, conhecida por todos do seu ramo como a “Dama de Ferro” da moda.	É bastante exigente em todos os aspectos de seu trabalho, pois sente que se não agir dessa forma as pessoas não a reconhecerão nem a respeitarão. Por se entregar de corpo e alma ao trabalho, todos os seus casamentos acabam depois de um tempo, pois os homens com quem se relaciona não conseguem entender a importância de sua carreira. Miranda gosta de ter o controle da situação, dita regras e padrões a serem seguidos no mundo da moda e tem pouca paciência para incompetência e sentimentalismo.
ANDREA "ANDY" SACHS	É uma aspirante a jornalista que acabou de se formar na Universidade Northwestern.	Apesar de achar que a indústria da moda é ridícula e superficial, se candidata e consegue a vaga de assistente pessoal de Miranda Priestly, editora-chefe da revista Runway, vaga que "um milhão de garotas se matariam para ter". Andy é uma garota inteligente que não liga para roupa e maquiagem (coisas que ela terá de lidar todos os dias em seu novo trabalho). É bastante pessimista com relação a sua nova atividade e reclama quase todos os dias do tratamento arrogante e frio de Miranda, assim como de suas atividades na empresa. O plano de Andy é trabalhar na revista Runway durante um ano, na esperança de conseguir experiência e visibilidade em seu ramo de atuação, e desta forma conseguir futuramente um emprego como repórter ou escritora em outro lugar.
EMILY (PRIMEIRA ASSISTENTE)	É uma das secretárias de Miranda.	Emily é apaixonada pelo mundo da moda e do glamour e não mede esforços para conseguir decolar em sua carreira e ser reconhecida por Miranda. Como já trabalha há bastante tempo na revista, incorpora a personalidade forte de Miranda, pois acha que desta forma conseguirá o mesmo respeito de seus colegas no ambiente de trabalho. Ao se deparar com Andy no início do filme, demonstra pouca paciência para o seu jeito deslocado e sentimental, mas com o tempo, e pela demonstração de esforço e companheirismo de Andy, acaba desenvolvendo confiança para com sua colega de trabalho.
NIGEL	Editor da Revista de moda Runway, onde trabalha há 19 anos, sempre dando prioridade aos assuntos profissionais ante os pessoais.	Leal a Miranda, ajuda Andy (do seu jeito mal-humorado) a mudar e a seguir os padrões da empresa. Em determinado momento do filme, durante a viagem à Paris, tem quase certeza de que conseguirá realizar uma parceria com uma badalada revista de moda e ser o seu “próprio-chefe”, mas acaba sendo traído por Miranda, que pensa somente em seu bem estar profissional.

Fonte: Dados da observação fílmica (2020).

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DO FILME

De acordo com a análise do filme “Diabo veste Prada”, tendo como foco as categorias apresentadas no mapa conceitual, que permitiram um caminho linear para o entendimento da obra segundo a temática abordada - valores organizacionais e do trabalho na geração de satisfação na organização – aqui serão exemplificadas as cenas que mais remeteram significância no que diz respeito à estruturação e o embasamento desta pesquisa, focando no

entendimento acadêmico do filme alinhado a teoria que reforça a temática em questão.

Na categoria Cultura e Valores organizacionais, a abordagem da primeira cena do filme causa grande impacto no telespectador, pois é possível observar um paralelo entre Andy (personagem principal) que se “arruma” para comparecer a uma entrevista de emprego, ao passo que outras mulheres (que obviamente trabalham no ramo da moda) demonstram um zelo bem maior ao se prepararem para mais um dia de trabalho, sendo quase um ritual essencial de sua função na empresa. Tamayo (2005) aponta que o indivíduo deve se vestir apropriadamente para a função que irá exercer na empresa, sendo isso uma demonstração de zelo, flexibilidade e busca de adequação às normas e cultura da empresa.

Durante a entrevista, Miranda de forma fria e distante comenta sobre a falta de experiência e conhecimento de Andy sobre moda, Andy tenta falar pontos positivos sobre sua pessoa, porém, para se enaltecer ela acaba desprezando os valores da própria Revista, pois comenta que não é magra, nem bonita, nem se veste bem, mas que ela não precisa disso para exercer o cargo. Os valores pessoais acabam influenciando a tomada de decisão e o comportamento do indivíduo, por isso os valores organizacionais são tão importantes, pois buscam a adequação do grupo através da compatibilidade dos valores de trabalho de seus colaboradores (BORLIDO, 2011).

Em seguida, na categoria Equilíbrio emocional (extremamente necessário às organizações) no desdobramento de uma cena onde Andy procura Niegel, chorando, para reclamar que Miranda “a odeia” e que Emily (a outra assistente) também não é nada gentil, Niegel logo trata de cortar Andy, e sem papas na língua aponta que ela só lamenta enquanto poderia estar verdadeiramente tentando. Aqui, a protagonista finalmente se dá conta de que nunca tentou entender realmente os valores e objetivos da empresa, além de não aceitar o comportamento dos outros funcionários e principalmente o de Miranda (falta de equilíbrio emocional). Este é um dos pontos altos do filme, e após esse entendimento Andy tenta aceitar a organização como ela é, sendo flexível e tentando se adequar ao cargo e a cultura da Revista Runway. Oliveira e Tamayo (2004) reforçam que sempre deve existir a compreensão e o respeito (por parte do funcionário) quanto aos costumes e práticas da empresa.

Passando para a análise de outra cena muito importante - que aborda o respeito pelos valores organizacionais - ao final de sua conversa com Niegel, Andy finalmente abre sua mente e tenta entender o mundo da moda. Nesta parte ela começa a perceber o esforço de todos os colaboradores, constantemente tentando entregar um trabalho bem feito e que faça a diferença (em comparação com outras revistas do mesmo ramo), além disso, Andy compreende que ficar na empresa como assistente de Miranda abrirá muitas portas no mercado de trabalho futuramente. Oliveira e Tamayo (2004) complementam que o respeito pelos valores, comportamentos e relações na organização deve existir na mente de cada funcionário, para que as atividades e processos remetam a uma significância coletiva.

Agora adentrando a categoria Flexibilidade no ambiente organizacional, ao acompanhar o desenvolvimento da protagonista após a epifania vivenciada (cena comentada acima), nota-se que pela primeira vez Andy se esforça para se adequar, com a ajuda de Niegel começa a se vestir “na moda” como todos os seus colegas de trabalho, e pela primeira vez ela é realmente vista por seus

companheiros, o que permite também que eles (colaboradores) enxerguem seu talento e desenvoltura. Até Miranda percebe sua mudança e a recebe de forma positiva. Segundo Teixeira (2008), o trabalhador busca o aperfeiçoamento constante dentro da organização a fim de adquirir experiência e atingir seus objetivos profissionais.

No que diz respeito ao tópico Adequação ao cargo e ao ambiente empresarial, é necessário trazer as conquistas de Andy no decorrer do filme (fruto de seu desenvolvimento pessoal e profissional). Agora Andy se sente parte pertencente do todo organizacional, ela é reconhecida por seus colegas (que a inserem no grupo) e por Miranda, que passa a lhe confiar tarefas de maior responsabilidade – e neste processo acaba tornando Andy a assistente número 1 enquanto que Emily é “rebaixada” para o cargo de assistente número 2 – É obvio que a protagonista está feliz com a recepção positiva de seu esforço e mudança, e Borlido (2011) retrata bem isso ao apontar que a adequação do funcionário à empresa o torna parte pertencente do grupo, conseguindo se desenvolver em conjunto com a organização e fazendo bem suas funções por estar em harmonia.

As consequências da mudança de Andy e de seu esforço permitem que ela ganhe a confiança de todos, até mesmo de Emily, que no início da trama a tratava mal e era rude o tempo todo - não tendo paciência nem para explicar algo sem deixar seu lado mal-humorado tomar conta - e de Miranda, que desde o início deixa bem claro que simpatia e empatia não são o seu forte. A compreensão dos valores foi o primeiro passo para que Andy pudesse corresponder às expectativas do grupo, e dessa forma, atingir sua satisfação pessoal (MOURÃO, et al., 2003).

Chegando ao último tópico, Ascensão profissional, para finalizar a linha de raciocínio que percorreu todas as cenas anteriores até ter o seu ápice de compreensão aqui, nas cenas finais do filme Andy se dá conta de que finalmente conseguiu a confiança de Miranda, ao ponto de esta lhe confidenciar que a protagonista lhe lembra muito ela mesma quando iniciou no ramo da moda, mas apesar de colher os frutos positivos, Andy decide sair da empresa (decisão feita com segurança). Isso acontece devido ao fato de que os valores organizacionais da Revista Runway já não eram compatíveis com os valores de trabalho e valores pessoais de Andy (ANDRADE, 2011). A falta de ética (momento em que Miranda trai Niegel) e o sonho latente de se tornar escritora estruturam a tomada de decisão da mocinha no final da trama.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na perspectiva de compreender os valores organizacionais e valores do trabalho, no que diz respeito à satisfação no âmbito de uma organização do setor de moda e tendo suporte no filme “Diabo veste Prada”, foi possível trilhar um caminho teórico até a prática organizacional. Foi identificado que os valores organizacionais ditam comportamentos e influenciam na harmonia do grupo (no filme os colaboradores partilhavam o mesmo modo de falar, de se vestir e agir, além do fato de que literalmente se juntavam para sobreviver a Miranda), sendo assim, é importante para o colaborador buscar entender os valores que regem a empresa assim como respeitá-los, e desta forma se adequar ao estilo de vida do grupo, para sobrevivência a longo prazo (atitude da personagem Andy ao longo da trama).

Quando Andy se empenhou em entender os valores e princípios da Revista e passou a seguir as regras da organização, socializando com seus colegas de trabalho e partilhando das mesmas experienciais, houve o alinhamento de seus valores pessoais (provar que conseguia ser assistente de Miranda, e desta forma ganhar experiência em seu currículo) com seus valores do trabalho (reconhecimento e ascensão na carreira). Miranda, que no início a chamava pelo nome errado, passou a lhe chamar pelo nome correto e passou a lhe atribuir atividades mais importantes (como a entrega do livro em sua casa e a viagem a Paris).

A decisão de Andy de ir embora da Revista, se demitindo no final do filme, ocorreu porque seus valores do trabalho (consequência dos valores pessoais) já não eram mais compatíveis com os valores organizacionais da Runway. Por não mais se identificar com o modo de agir da empresa, advindo da falta de ética profissional (quando Miranda traiu Niegel, seu colega de trabalho há 19 anos) e com a ganância de Miranda, Andy decidiu se demitir e ir trabalhar como escritora em uma editora, movida por seus valores pessoais que desde o início eram latentes quanto ao sonho de escrever sobre coisas importantes para ela, e acabou seguindo seu plano inicial de trabalhar na Runway para adquirir experiência no mercado de trabalho e depois trabalhar com o que quisesse.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, D. L. **Valores organizacionais e do trabalho**: um estudo com agentes prisionais e agentes socioeducativos em Belo Horizonte. 127f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2011.

BORGES, Lívia de Oliveira. Valores de trabalhadores de baixa renda. In: TAMAYO, Álvaro; PORTO, J. B. (Org.). **Valores e comportamento nas organizações**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. 233-250 p.

BORLIDO, F. C. **Valores organizacionais e do trabalho na percepção de jovens recém-inseridos no mercado de trabalho**: o caso dos alunos do Espro. 147f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2011.

CARVALHO, R. O. **Walter da Silveira**: entre a crítica de cinema e análise fílmica. Revista Mediação, Belo Horizonte, v.16, n.18, jan./jun. 2014.

COELHO, Cláudio Novais Pinto. **Publicidade**: é possível escapar? São Paulo, 2003.

CUNHA, Daniele Estivaleta. **Valores organizacionais e comportamento estratégico no setor hoteleiro da região turística das Hortênsias/Rs**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria/RS, 2015.

DA COSTA, Natalia Ernesto. O DIABO VESTE PRADA: A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE FEMININA ATRAVÉS DO VESTUÁRIO. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte; **Monografia**, 2010.

GIL, A. C. et al. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOLIOT-LÉTÉ, Anne; VANOYE, Francis. Ensaio sobre a análise fílmica. **Tradução de Marina Appenzeller**, v. 5, 1994.

MOURÃO, L. et al. Valores, suporte psicossocial e impacto do treinamento no trabalho. In: ENCONTRO DA ANPAD, 33. 2003, Atibaia. **Anais...**Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.

OLIVEIRA, A.; TAMAYO, A. Inventário de perfis de valores organizacionais. **Revista de Administração**, v. 39, n. 2, p. 129-140, 2004.

PORTO, J. B.; TAMAYO, A. Escala de valores relativos ao trabalho: EVT. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 19, n. 2, p. 145-152, 2003.

PORTO, J. B.; TAMAYO, A. Valores do trabalho. In: SIQUEIRA M. M.M. (Org.). **Medidas do comportamento organizacional**. Porto Alegre: Artmed, 2008. 295-307 p.

ROBBINS, S.P. **Comportamento organizacional**. Prentice Hall, São Paulo, 2002.

ROCHA, D. DEUSDARÁ, B. **Análise de Conteúdo e Análise do Discurso**: aproximação e afastamento na (re) construção de uma trajetória. ALEA. Volume 7, Número 2, Julho – Dezembro, 2005 p. 305-322.

SCHWARTZ, Shalom H. **A theory of cultural values and some implications for work**. Applied Psychology: An International Review, v. 48, p.23-47, 1999.

SCHWARTZ, Shalom H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: ZANNA, M. (Org.).**Advances in experimental social psychology**. Orlando, FL: Academic Press, 1992. v. 25, 1-65 p.

SCHWARTZ, Shalom H. Valores humanos básicos: seu contexto e estrutura intercultural. In: TAMAYO, A.; PORTO, J. B. (Org.). **Valores e comportamento nas organizações**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. 21-55 p.

SILVA, S. M. C. NOVA, S. P. C. C. Pesquisa qualitativa ou qualidade em pesquisa? Um exemplo de contribuição sócio-humanista em pesquisa contábil. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 13, n. 1, p. 120-141, 2018.

SIQUEIRA, M. M. M. **Antecedentes de comportamentos de cidadania organizacional**: análise de um modelo pós-cognitivo. 1995. 265f. Tese

(Doutorado em Psicologia) – Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, Brasília.

SIQUEIRA, M. M. M. Satisfação no trabalho. In: SIQUEIRA, M.M.M. (Org.). **Medidas do comportamento organizacional**: ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008. p. 265-273.

TAMAYO, Álvaro. Impacto dos valores pessoais e organizacionais sobre o comportamento organizacional. In: TAMAYO, A.; PORTO, J. B. **Valores e comportamento nas organizações**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. 160-186 p.

TAMAYO, Álvaro. **Valores organizacionais**: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo. 1998.

TAMAYO, Álvaro; BORGES, Livia de Oliveira. Valores do trabalho e das organizações. In: ROS, Maria; GOUVEIA, Valdiney V. (Org.). **Psicologia social dos valores humanos**. São Paulo: Senac, 2006. 397-431 p.

TEIXEIRA, Maria Luisa Mendes. **Valores humanos & gestão**. São Paulo: Senac, 2008.