



Disponível em
<http://www.anpad.org.br/rac>

RAC, Curitiba, v. 14, n. 5, art. 7,
pp. 890-906, Set./Out. 2010



Humor e Discriminação por Orientação Sexual no Ambiente Organizacional⁽¹⁾

Humor and Sexual Orientation Discrimination in Organizational Context

Hélio Arthur Reis Irigaray *

Doutor em Administração de Empresas pela FGV-SP.
Professor Adjunto da UNIGRANRIO, Rio de Janeiro/RJ, Brasil.

Luiz Alex Silva Saraiva

Doutor em Administração pela UFMG.
Professor Adjunto da UFMG, Belo Horizonte/MG, Brasil.

Alexandre de Pádua Carrieri

Doutor em Administração pela UFMG.
Professor Adjunto da UFMG, Belo Horizonte/MG, Brasil.

* Endereço: Hélio Arthur Reis Irigaray

Rua da Lapa, 86, 9º andar, Mestrado em Administração, Lapa, Rio de Janeiro/RJ, 20021-180. E-mail: a.irigaray@globocom

Copyright © 2010 RAC. Todos os direitos, inclusive de tradução, são reservados. É permitido citar parte de artigos sem autorização prévia desde que seja identificada a fonte.

RESUMO

Em face da multiplicidade de manifestações sociais no mundo organizacional, o humor se destaca como forma de comunicar algo, mesmo que não explícito, aparando arestas e suavizando críticas e agressões, sob o pretexto de provocar o riso. Neste artigo o objetivo é analisar o humor como forma de manifestação da discriminação por orientação sexual no ambiente de trabalho. Para isso, com base em literatura especializada sobre as funções sociais, denotativas e conotativas do humor e a inserção profissional de homossexuais masculinos e femininos no meio profissional foi conduzida uma pesquisa qualitativa com trabalhadores heterossexuais e homossexuais de empresas localizadas nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e São Paulo, entre 2005 e 2008, no sentido de apreender suas histórias de vida. Estas foram gravadas, transcritas integralmente, e trabalhadas por meio da vertente francesa da análise do discurso. Os principais resultados revelam que o humor dos heterossexuais sobre os homossexuais *gays* é explícito, e aparentemente legitimado pela sociedade, já que estes são **engraçados**. Identificou-se que, de forma relativamente surpreendente, os próprios *gays* fazem piadas sobre si próprios, ratificando, por meio do riso, o estigma social. As principais conclusões apontam a necessidade de politização do humor, como forma de comunicação nas organizações, pois ele cumpre, como parte de suas funções sociais, o papel de auxiliar dos processos sociais de tolhimento e discriminação social.

Palavras-chave: humor; discriminação; discriminação por orientação sexual; histórias de vida.

ABSTRACT

To deal with multiple social manifestations in the organizational world, humor is an important form of communicating something, although not in an explicit way, smoothing critics and aggressions under the pretext of getting a laugh. In this paper we discuss humor as a form of manifesting discrimination of sexual orientation in the work place. Based on specialized literature about social, denotative and connotative functions of humor, and the insertion of female and male homosexuals in a professional atmosphere, we conducted a qualitative study with heterosexual and homosexual workers in companies located in the metropolitan regions of the cities of Rio de Janeiro and São Paulo from 2005 through 2008 to obtain their life stories. The interviews were recorded and fully transcribed. They were then subjected to a French discourse analysis technique. The main results suggest that heterosexual humor about gays is explicit, and it seems to be socially legitimated because gays are **funny**. We also found surprising evidence that gays make jokes about themselves, confirming social stigma through laughs. The main conclusions discuss the need to put humor in a political context, as a form of communication in organizations, because one of its social functions is to aid the social processes of controlling and social discrimination.

Key words: humor; discrimination; discrimination by sexual orientation; life stories.

INTRODUÇÃO

Na literatura especializada há evidências de que, nas últimas décadas, as empresas se têm valido de novas técnicas de gestão, as quais, em contraposição às clássicas, procuram abolir controles rígidos, horários inflexíveis e o trabalho burocrático (Aktouf, 1996; Prestes Motta, Vasconcelos, & Wood, 1995). Em linhas gerais, estas mudanças enfatizam aspectos ideacionais (Barker, 1993; Pagès, Bonetti, Gaulejac, & Descendre, 1987), estruturando um processo de disciplina *per se* (Silva & Alcadipani, 2001), sendo o controle, neste contexto, exercido via mecanismos mais sutis (Freitas, 1999), como, por exemplo, o humor.

Enquanto tema de pesquisa, o humor tem sido abordado sob diversos prismas de análise, o que só reforça sua fertilidade como campo de pesquisas. Há desde artigos com foco identitário dos trabalhadores (Ackroyd & Thompson, 1999; Carrieri, 2002; Rodrigues & Collinson, 1995), aos que tratam das representações sociais de uma categoria profissional e seus desdobramentos (Wählin, 2001; Wood & Caldas, 2005), passando pelo humor em organizações públicas (Aufrecht, 2001), como mecanismo para o sucesso de palestras empresariais (Greatbatch & Clark, 2001), meio de expressão de sentimentos difíceis de explicitar em interações **sérias** (Grugulis, 2001), até os efeitos sociais do humor depreciativo, cujos alvos são, via de regra, os indivíduos pertencentes a identidades sociais minoritárias (Ford & Ferguson, 2004).

No caso deste estudo, o objeto é formado por homossexuais masculinos (*gays*) e femininos (lésbicas), os quais, apesar de constituírem um mercado consumidor lucrativo, o *pink dollar* (Pereira, Ayrosa, & Ojima, 2005), são invariavelmente retratados e caricaturados como **engraçados**, no caso dos homens (Trevisan, 2004), e **raivosos**, no caso das mulheres (Irigaray, 2008). Ademais, os *gays* têm sido alvo de atitudes discriminatórias no ambiente de trabalho (Silva, 2006; Siqueira, Ferreira, & Zauli-Fellows, 2006; Siqueira & Zauli-Fellows, 2006), mesmo em empresas que possuem políticas de respeito à diversidade (Saraiva & Irigaray, 2009). O problema de investigação que orientou o estudo foi: **de que forma se manifesta o humor como meio de discriminação por orientação sexual no ambiente de trabalho?**

Entender como as chacotas, piadas pretensamente inócuas e comentários **bem humorados** burlam os discursos organizacionais, estigmatizam, corroboram o preconceito, e funcionam como controle social, é fundamental no aprofundamento das discussões sobre ética organizacional, bem-estar dos trabalhadores e gestão da diversidade no ambiente de trabalho (Fleury, 2000; Saraiva & Irigaray, 2009), uma vez que normalmente a prescrição desacompanhada de ações concretas não implica o desaparecimento de problemas, conforme Saraiva (2007). A relevância deste estudo também se deve ao fato de que discute a relação entre sexualidade e ambiente de trabalho, uma vez que, apesar de pouco estudada pelo *mainstream* acadêmico e silenciada pelas empresas, constitui questão pública e organizacional, pois delinea o comportamento de homens e mulheres, constrói expectativas, define posições, cargos e acessos, bem como privilégios (Irigaray, 2008). Além disso, desvendar o código humorístico de uma sociedade ou organização é decifrar, em parte, as áreas demarcadas como perigosas, constrangedoras, ou tabus (Freitas, 2001).

O presente artigo está estruturado em cinco seções, incluindo esta introdução. A próxima apresenta o referencial teórico, o qual discute as funções sociais do humor, suas denotações e conotações, a identidade *gay* e as estratégias de sobrevivência deste grupo no ambiente de trabalho. A terceira, por sua vez, descreve o percurso metodológico, precedendo a apresentação e discussão das revelações do campo; finalmente, na última parte, apresentam-se as reflexões finais.

RIR PARA QUE, DE QUE E DE QUEM? FUNÇÕES SOCIAIS, CONOTAÇÃO E DENOTAÇÃO DO HUMOR

Não existe definição única e precisa do humor (Duarte, 2005). Ele já foi estudado como reação fisiológica (Funes, 2001), comicidade (Freud, 1977), virtude (Comte-Sponville, 1995) e como característica de personalidade (Ruch, 1993), o que demonstra suas facetas como objeto de pesquisa. Da mesma forma que pode ser tratado como um dom precioso, raro, teimoso e rebelde (Freud, 1977), o humor também pode ser utilizado como instrumento de denúncia e, eventualmente, de manutenção do equilíbrio social e psicológico dos indivíduos (Neves, 1970), assumindo, assim, inúmeras funções sociais.

Uma de suas finalidades é a de servir como **lubrificante social** (Moody, 1978, p. 28), por ser eficaz instrumento de comunicação, facilitando, assim, a transmissão de emoções positivas ou negativas (Grugulis, 2001). A função comunicativa do humor também se faz presente nas formas de sarcasmo, piadas, sátira e ironia (Wählin, 2001; Wood & Caldas, 2005).

Objeto de perquirição de alguns estudos na área de Administração (Duarte & Paula, 2007; Wood & Caldas, 2005), o humor tem sido instrumentalizado, em alguns casos, por conta de suas funções sociais, como sinônimo de criatividade (Duarte, 2005), produtividade (Duarte & Paula, 2007) e garantia de satisfação do cliente externo (Gueiros & Oliveira, 2004), por exemplo. No cotidiano organizacional, este equilíbrio é articulado pelos discursos organizacionais e no uso eventual do humor na mediação das relações entre indivíduos, entre estes e a empresa, e entre eles e a situação de trabalho (Wood & Caldas, 2005). No ambiente hospitalar, por exemplo, o humor é usado como mensagem social, física e psíquica no tratamento de doentes, por meio dos doutores da alegria (Angerami, 1998). Mas qual o motivo de tanta graça?

O humor é como uma espécie de mágica, tendo o poder de, subitaneamente, provocar uma mudança na percepção da realidade, para melhor ou para pior (Berger, 1997). A significação do riso se refere a não haver comicidade fora do que é propriamente humano (Bergson, 1980), o que implica admitir que o humor é fundamentalmente acompanhado pela insensibilidade, o que faz da emoção seu maior inimigo. Para a compreensão do riso e do que ele denota e conota, portanto, é necessário situá-lo em dada sociedade, para que suas funções tenham sentido naquele contexto específico. Não é incomum, assim, encontrar uma via de duas mãos no que diz respeito ao humor, porquanto, da mesma forma que se ri de alguém em uma dada situação, o alvo do riso, no seu contexto específico, pode fazer uso das mesmas ferramentas. Um exemplo são as piadas contadas por brasileiros sobre as supostas limitações cognitivas dos portugueses, e sobre a arrogância de argentinos. Quando se está em solo português ou argentino, ouvem-se as mesmas piadas, contadas pelos nativos, referindo-se aos brasileiros nos mesmos termos, valendo-se, para tanto, de referenciais locais. O riso, assim, apresenta significação social, correspondendo a certas exigências da vida em comum. Mas rir de quê? Rir de quem?

A comicidade pode ser encontrada nas formas e nos gestos, quando imitamos alguém, chamamos a atenção para o físico de uma pessoa, ou temos a impressão de que uma pessoa se assemelha a uma coisa (Bergson, 1980). Também podemos encontrar o cômico nas situações e nas palavras, de duas formas: a primeira refere-se à repetição dos acontecimentos humanos, que pode dar-se também pela inversão de papéis entre personagens; a segunda, por sua vez, diz que é cômica a palavra que nos faça rir de quem a pronuncie, quando inserimos uma idéia absurda num modelo consagrado ou tomamos uma expressão no sentido próprio, quando era empregada no sentido figurado, ou ainda quando nossa atenção se concentra na materialização de uma metáfora (Charaudeau & Maingueneau, 2004).

A razão do riso, muitas vezes, é oriunda da comicidade percebida de caráter, já que o alvo do risível é o próprio homem; nele vida real e comédia se confundem (Bergson, 1980). A sociedade brasileira, por exemplo, reconhece o bom humor como seu traço característico e este, junto com a humildade, são os mais valorizados por ela, ao mesmo tempo que rejeita comportamentos tidos como agressivos e arrogantes (Neves, 1970). No Brasil, os comentários **bem humorados** e as piadas se baseiam em traço

psicológico (avareza, honestidade); estético (gordos, loiras); gênero (mulher); nacionalidade (portugueses, argentinos); naturalidade (nordestinos, gaúchos); raças e etnias (judeus, negros); bem como orientação sexual, especialmente os homossexuais masculinos e femininos, objeto deste estudo.

IDENTIDADE E SOBREVIVÊNCIA DE GAYS NO AMBIENTE DE TRABALHO

Ao contrário dos negros, mulheres, deficientes e obesos, discriminados e estigmatizados pelas suas características físicas e mentais, os *gays* o são pela percepção social de um desvio de conduta moral, que comprometeria seus desempenhos profissionais. Não raramente, os homossexuais masculinos são associados à fragilidade, medo e inconsequência (Saraiva & Irigaray, 2009), o que revela a heteronormatividade (Herek, 1984) como um dos pilares de nossa sociedade. Esta crença na superioridade da orientação heterossexual implica a exclusão, calculada ou não, de indivíduos não-heterossexuais de políticas públicas e organizacionais. Por não ser explícita, a heteronormatividade estigmatiza, nega e desqualifica qualquer manifestação não-heterossexual (Gutkoski, 2006). Esta crença encontra suas raízes na história, uma vez que a homossexualidade já foi considerada crime, pecado e patologia respectivamente pelo Estado, pela Igreja Católica e pela Ciência (Lopes, 2002); reifica-se no presente, nas brincadeiras de criança (Felipe, 2006), letras de música (Faour, 2006); literatura (Antunes, 2006); bem como nas novelas e filmes (Necchi, 2006).

No ambiente organizacional, este incrustamento de valores heterocêntricos resultou em práticas discriminatórias em relação aos *gays*. Nos Estados Unidos, quando comparados aos heterossexuais com a mesma experiência, educação, profissão, estado civil e região de residência, eles recebem remuneração inferior, em média de 11% a 27% (Badget, 1995), e a probabilidade de serem alvo de agressões físicas ou verbais e até mesmo de serem demitidos, é duas vezes maior (Mays & Cochran, 2001). Já no Brasil, de acordo com Guimarães (2007), 60% dos homossexuais já foram vítimas de algum tipo de agressão motivada por sua orientação sexual e todos revelam já terem vivenciado ou presenciado situações de intolerância e violência – psíquica ou física – em seus lares, escolas ou ambientes de trabalho pela mesma razão.

Conforme Croteau (1996), há evidências de que ser identificado como homossexual no mundo corporativo pode comprometer a ascensão profissional de um indivíduo, em função de sua dificuldade em elaborar uma rede de contatos (Croteau, 1996), já que, muitas vezes, por constrangimento, não participará de eventos sociais da empresa (Ragins & Cornwell, 2001). Estas pressões sociais implicam sensações como angústia, impotência e ansiedade, uma vez que os *gays* se percebem obrigados a se manterem em permanente estado de vigilância pela expectativa de serem atacados física ou verbalmente a qualquer momento, introjetando, assim, atitudes sociais negativas, que se podem desdobrar em custos psicossomáticos (Irigaray, 2008).

Para sobreviver neste ambiente hostil, os homossexuais adotam inúmeras estratégias de sobrevivência, que variam desde a explicitação da orientação sexual em todas as dimensões sociais (família, trabalho), em apenas algumas (círculo de amigos mais próximos), até a sua ocultação em todos os espectros de sua vida em sociedade (Irigaray, 2007). Este autor classifica distintas estratégias de sobrevivência no ambiente corporativo para cada grupo. Os assumidos se dividiram entre **gladiadores**, que adotam a estratégia de enfrentamento, e **pacificadores** de evitar conflitos. Os parcialmente assumidos dividem-se entre **gente boa**, que ao serem simpáticos buscam desfocar a atenção a sua orientação sexual, e **super homem**, que investem na competência profissional para abafarem possíveis comentários. Os não assumidos adotam três estratégias: **machão**, **sedutor** e **invisível**. A estratégia de ser **machão** fundamenta-se no imaginário do macho rústico, o qual elimina qualquer suspeita de comportamento homossexual. Estratégia similar é a de **sedutor**, só que, neste caso, a heterossexualidade é reafirmada por movimento em direção ao sexo oposto. A última estratégia é a do **homem invisível**, aquele que faz de tudo para não ser notado no ambiente de trabalho (Irigaray, 2007).

METODOLOGIA

No que tange ao pólo teórico (Bruyne, Herman, & Schoutheete, 1982), este estudo se valeu da abordagem compreensiva, dado que seu objetivo é apreender e explicitar o sentido da atividade social, individual e coletiva durante a realização de uma intenção (Ray, 1994). Esta opção se justifica na medida em que a ação humana é essencialmente a expressão de uma consciência, o produto de valores, a resultante de motivações. A pesquisa, qualitativa, baseou sua coleta de dados em observações e entrevistas. Esta pesquisa foi realizada ao longo de 30 (trinta) meses. No total, foram observadas 13 grandes empresas (9 em São Paulo e 4 no Rio de Janeiro), de diversos segmentos, nas quais o acesso se deu via consultoria, treinamento ou convite. As consultorias e treinamentos constituíram projetos de longo prazo, os quais viabilizaram a observação de comportamentos espontâneos e em função da proximidade adquirida com os empregados das empresas, diálogos mais íntimos. Essas observações e conversas informais foram registradas à medida que aconteciam, no diário de campo. Foram realizadas, ainda, 38 entrevistas, em lugares públicos, com duração média de 65 minutos cada.

Neste estudo, optou-se por um roteiro semiestruturado, compatível com a entrevista individual em profundidade. Aos entrevistados era informado o objetivo da pesquisa, bem como assegurados o anonimato e a confidencialidade de seus relatos. O roteiro era dividido em duas partes: na primeira, eram solicitados dados demográficos (gênero, idade, estado civil, idade, escolaridade, área de formação, cargo e empresa), ao passo que, na segunda, se iniciava uma conversa sobre suas trajetórias pessoal e profissional. Esta estratégia metodológica objetivava apreender suas histórias de vida, as quais são vistas como uma fonte capaz de trazer à cena da pesquisa novos fatos ou preocupações teóricas.

As histórias de vida, levantadas por meio das entrevistas, são compostas por fragmentos desconexos (antinarrativas e narrativas caóticas), os quais, muitas vezes, são incoerentes e ambíguos, mas contribuem para a compreensão do todo (Vickers, 2005). Bourdieu (1999) corrobora a idéia de que, por meio de histórias de vidas, se podem acessar as estruturas sociais e seu funcionamento, pois as narrativas das dificuldades mais pessoais das tensões e contradições nas aparências mais subjetivas exprimem as estruturas mais profundas do mundo social e suas contradições. Por meio da descrição de diversas situações ao longo de suas trajetórias individuais, as histórias de vida fornecem elementos substanciais para o estudo, uma vez que as experiências acumuladas permitem a observação de diversas situações em que o humor foi usado como forma de discriminação.

Os sujeitos foram selecionados por conveniência, tendo sido adotados, no caso dos homossexuais, a técnica de amostragem do tipo bola de neve, em que um entrevistado indica outro. A amostra foi composta, no final, por 14 gays e 24 heterossexuais. Dos sujeitos homossexuais, metade reside em São Paulo e a outra no Rio de Janeiro. Com idade média de 35 anos, etnicamente 12 se declaram brancos, 1 negro e 1 mulato. Quanto ao estado civil, 9 são solteiros e 5 divorciados. 10 são assumidos publicamente e o restante apenas na vida particular. 5 são católicos, 8 espíritas ou espiritualistas e 1 não tem religião. Metade dos entrevistados possui pós-graduação, 6 apenas graduação e 1 apenas o ensino médio. Dos 24 heterossexuais, 12 são homens e 12 mulheres, com idade média de 36 anos, sendo 14 residentes no Rio de Janeiro e o restante em São Paulo; 20 se declararam brancos, 3 mulatos e 1 negro. Nesta amostra, 12 são católicos, 5 espíritas, 3 protestantes, 2 judeus e 1 ateu; 16 deles são casados, 6 divorciados e 2 solteiros. Quanto à escolaridade, 15 têm nível superior, 7 possuem mestrado e 2 o ensino médio.

As entrevistas, assim como as anotações de campo, foram transcritas, sendo este material submetido à análise do discurso, no sentido de apreender o *corpus* da interação social dos actantes, isto é, os diferentes participantes implicados em uma ação e que têm nela um papel ativo ou passivo (Charaudeau & Maingueneau, 2004). Foram calculadamente selecionados os fragmentos discursivos considerados, em alguma medida, como **temperados** pelo humor, seja este explícito ou sutil. Como em muitos casos o humor, para ser manifesto, precisa valer-se de expressões vulgares e palavrões, mesmo eles não sendo adequados a um artigo científico, eles são relativamente comuns ao longo das

entrevistas. Nos casos em que não tinham relação direta com as expressões de humor, optamos por abreviá-los. Nos casos em que os palavrões eram parte das práticas discursivas de humor dos entrevistados, optamos por deixá-los tal como enunciados, sucedidos da expressão (sic), a fim de preservar o sentido enunciativo original. Foram sublinhados trechos dos depoimentos usados especificamente na análise dos dados, um procedimento padrão na técnica de análise do discurso francesa. Os trechos destacados guiam o processo de tratamento analítico do material.

Ao longo deste trabalho, os autores estiveram conscientes de que esta estratégia de pesquisa não os tornaria neutros nem autônomos; entretanto buscou-se distanciamento (estranhamento) do objeto estudado (*bracketing*), conforme a orientação de Bourdieu (2007), no sentido de não confundir o subjetivismo do pesquisador (seus juízos de valor) com o dos objetos de pesquisa: indivíduos, grupos, sistemas socioculturais.

ANÁLISE DAS HISTÓRIAS DE VIDA

No primeiro momento, a análise das histórias de vida é feita sobre a forma mais óbvia de humor discriminatório de homossexuais – a oriunda de heterossexuais.

Os Heterossexuais Riem dos Gays – De Que e Por Quê?

É comum nas falas dos heterossexuais a presença de estereótipos sobre homossexuais masculinos, sugerindo que se trata de **alvos potenciais** de piadas. O fragmento discursivo (01) é particularmente elucidativo a este respeito:

(01) “Trabalhei com *gays* homens e *gays* mulheres ... os meninos são mais divertidos, bem humorados, bem arrumados, bem vestidos, sempre te tratam bem e, pode anotar aí, se você estiver de baixo astral é só conversar com um *gay* por 5 minutos... Eles são muito engraçados. Mas, já as sapa (sic) não, elas são emburradas, sérias, parece que fazem questão de se enfeiar ... terninho, cueca aparecendo, camisa de homem, cabelo curto, batido na nuca e sempre com o rosto contraído, a testa franzida” (L. C., heterossexual).

Este interlocutor explicitou os estereótipos existentes acerca dos homens e mulheres homossexuais. Os *gays* são **meninos**, associados ao bom humor, o que lhes confere representações positivas (seleções lexicais: **mais divertidos, bem humorados, bem arrumados, bem vestidos, sempre te tratam bem, se você estiver de baixo astral é só conversar com um *gay* por 5 minutos, eles são muito engraçados**). De certa forma, há representações de positividade nos *gays*, as quais aparentemente *precisam* ser apresentadas por eles para que sejam socialmente aceitos. As lésbicas, por sua vez, são **sapas**, consideradas mal humoradas, conforme as seleções lexicais **emburradas, sérias, parece que fazem questão de se enfeiar, terninho, cueca aparecendo, camisa de homem, cabelo curto, batido na nuca e sempre com o rosto contraído, a testa franzida**, e daí decorrem adjetivos negativos, os quais sugerem desaprovação em relação à sua aparência e comportamento. Os aspectos descritos, que variam da estética ao comportamento, em essência dizem respeito a uma observação atenta do diferente com o objetivo de rotulá-lo, e dele rir publicamente para assim mantê-lo sob controle, ao ressaltar quanto ele difere do **padrão social**, algo também tratado no depoimento (02):

(02) “P. cara, ser homem é não poder falhar nunca ... você sempre tem que estar pronto para tudo e olha que nem estou falando só de sexo, tem que ser o fodão (sic) no emprego, no futebol ... é tomar cuidado com o que você fala e faz, porque senão os caras (sic) pegam no teu pé mesmo. Bichinha (sic) não, eles podem dar pití (sic), desmaiar, soltar a franga (sic), que todo mundo acha graça ... acho que esse descompromisso faz eles (sic) mais feliz” (T., heterossexual).

A representação social do homem, e das suas características positivas, conforme as seleções lexicais: **homem é não poder falhar nunca, sempre tem que estar pronto para tudo, tem que ser o fodão**

no emprego, no futebol são colocadas antagonicamente a representações exageradas e depreciativas do entrevistado a *gays*, os quais são enunciados como **bichinha** (seleções lexicais: **podem dar piti, desmaiar, soltar a franga**). O entrevistado sugere que os *gays* são tolerados apenas por serem engraçados, desqualificando-os profissionalmente, ao explicitamente adjetivá-los como **descomprometidos**. O implícito pressuposto é que este descompromisso seria com a empresa, o que não acontece com os homens heterossexuais, que não falham nunca. O fragmento discursivo é encerrado com o implícito subentendido de que, por serem frívolos, os homens *gays* seriam mais felizes do que os heterossexuais: ser **descompromissado**, assim, é ser mais feliz do que **ter compromisso**. Embora esta seja uma postura questionável sob diversos prismas de análise, há nas organizações espaço de legitimidade para que ela ocorra, conforme evidenciado no fragmento discursivo (03):

(03) “Acho muito estranho esse papo de pôr tudo no mesmo balaio: deficiente, negro, mulher, judeu e gay. Uma coisa é uma coisa, outra coisa é outra coisa. Já ouvi piadas sobre *gay* e vejo alguns colegas sendo sacaneados (sic) explicitamente. Comigo, nem chegam perto, nem fazem esse tipo de piada ou qualquer tipo de comentário ... racismo é inafiançável e motivo de justa causa; homofobia, não” (L., heterossexual).

O entrevistado questiona a política organizacional de estímulo à diversidade (implícito pressuposto quando ele se refere a **esse papo**), ao criticar que sejam tratadas de forma semelhante as minorias, as quais, a seu ver, são diferentes (seleções lexicais: **pôr tudo no mesmo balaio e uma coisa é uma coisa, outra coisa é outra coisa**). Ele, membro de uma minoria étnica, implícito subentendido quando afirma que **comigo, nem chegam perto, nem fazem esse tipo de piada ou qualquer tipo de comentário ... racismo é inafiançável e motivo de justa causa**, reconhece a existência de discriminação contra homossexuais (**piadas sobre *gay* e vejo alguns colegas sendo sacaneados explicitamente**). Este comportamento é tolerado, já que a eventual discriminação de minorias em função de sua etnia é um crime inafiançável e pode resultar em demissão por justa causa, ao passo que **homofobia, não**. Questionamos, como faz Saraiva (2007, p. 10):

por que não se discute que o que é legal não é necessariamente ético, e que tampouco o fato de algo, ainda que ético, mas não objeto de legislação, não desobriga os administradores e suas empresas de sabê-lo e de executá-lo em prol do bem comum?

A omissão dos dirigentes cria condições para a disseminação de práticas discriminatórias, mesmo que veladas, pois a existência de políticas formais não garante sua fruição de direitos pelos que são por ela assistidos, se não vier acompanhada de coibição de comportamentos ofensivos, conforme o depoimento (04):

(04) “A empresa é bem clara que aqui não pode haver preconceito ... mas é lógico que piada sobre v. sempre rola, né? Afinal, os caras são muito engraçados ... de preto (sic), mulher, judeu e português também ... não é racismo, é só humor. Lá na matriz [nos Estados Unidos] rola aquele papo de politicamente correto; mas aqui é Brasil, né? A gente é bem humorado e tudo acaba em festa” (P., heterossexual).

O primeiro implícito pressuposto, ao examinarmos o fragmento anterior, se refere às políticas de estímulo à diversidade. Ainda que o entrevistado reconheça sua existência (seleção lexical: **papo de politicamente correto**, hierarquiza-a em um segundo plano, junto aos aspectos menos importantes. Ele justifica seu posicionamento invocando, explicitamente, o bom humor, permissivo, do povo brasileiro, o qual se torna cúmplice do que acontece nas empresas (seleção lexical **a gente é bem humorado e tudo acaba em festa**). **Tudo** inclui a naturalização da violência moral a que diversas minorias, alvo de piadas e chacotas, são submetidas (Saraiva & Irigaray, 2009). A orientação sexual não é o único fator de discriminação **bem humorada**: este fragmento de discurso indica que o mesmo ocorre em função do gênero (**mulher**), da religião (**judeu**), e da nacionalidade (**português**), o que confirma a teoria sobre o que pode alimentar o humor discriminatório. Todavia pode ser mais danoso o preconceito que não se explicita, como o expressado no fragmento discursivo (05):

(05) “Aqui a gente respeita todas as diferenças, apesar das dificuldades ... [Quando perguntado sobre os funcionários *gays*] olha, que eu saiba não tem nenhum não, a não ser um que parece uma gazela [rindo] que

trabalha na limpeza [firma terceirizada] mas, se tiver, por mim não tem problema, não. Cada um faz o que quer” (P., heterossexual).

O fragmento discursivo (05) apresenta aspectos interdiscursivos, ao reproduzir dois discursos distintos. Embora no primeiro percurso discursivo, o entrevistado afirme que **cada um faz o que quer**, e que **a gente respeita todas as diferenças**; desta forma ele reproduz o discurso oficial, ou, no mínimo, o que se espera em um contexto de igualdade social. Entretanto, no segundo percurso, práticas discursivas discriminatórias são traduzidas por meio da materialização de metáforas (Charaudeau & Maingueneau, 2004). Neste caso, a seleção lexical **gazela**, a qual foi usada de forma dêitica para se referir a um homossexual, o qual implicitamente se pressupõe efeminado. A discriminação ocorreu porque o empregado mencionado é *gay*, porque ele é efeminado ou porque ele não faz parte do corpo central de trabalhadores e, portanto, não protegido pelas políticas de diversidade da empresa?

Para responder a tais questões, recorreremos às notas de campo. Nas observações das rotinas de trabalho, bem como nas conversas informais, repetidas vezes foram feitos comentários homofóbicos, sempre inseridos em contexto de humor. Mesmo os entrevistados que se declaram sem nenhum tipo de preconceito e que buscaram, ao longo de toda a conversa, aparentar civilidade e a imagem de politicamente corretos, participaram destas **piadinhas**. Quando interpelados sobre tal comportamento, a justificativa sempre recaía no fato de que se tratava apenas de uma **brincadeira inocente** e não de discriminação. Foram testemunhadas inúmeras piadas de **bichinhas**, a desqualificação profissional de colegas por meio de associações a estereótipos *gays* e, até a imposição de sanções sociais também por meio de comentários bem humorados aos homens, cujo comportamento não refletisse a masculinidade esperada. Por exemplo, quando um indivíduo reclamou estar cansado por ter trabalhado por três finais de semana consecutivos, e sua jornada diária de trabalho ser de 14 horas por dia, e ter sido escalado para mais um projeto, seu chefe retrucou:

(06) “Cansadinho? Ai, ui [desmunhecando, imitando Carmen Miranda e falando com a voz fina] Larga de ser viadinho (sic), tu é homem ou não é, velho? Tem mais que aguentar o tranco” (L.G, heterossexual).

O humor do fragmento discursivo (06) se fez presente na comicidade encontrada na imitação de Carmem Miranda, como figura pseudorepresentativa dos *gays* (Bergson, 1980) se baseia na heteronormatividade dominante: a existência de um jeito **certo** de ser homem (seleção lexical: **tu é homem ou não é?**) – aguentar o trabalho seja como for, bem como não reclamar do **tranco** – faz com que os desviantes do perfil sejam criticados (**larga de ser veadinho**). Mais uma vez o humor serve de instrumento para a discriminação dos *gays*, estereotipadamente classificados como frágeis, e, portanto, menos capazes para o mundo do trabalho. Contudo, quando útil à lógica produtiva, contratação de *gays* para ocupar determinados postos de trabalho é estimulada, o que não os isente de serem **alvos**:

(07) “A melhor coisa que fiz foi lotar o *call center* de funcionário *gay* [riso] É o melhor dos mundos: eles têm a delicadeza, minúcia, atenção da mulher, sem o perigo de gravidez, só a TPM que é a mesma e constante [gargalhada] Mas daí você dá um pouquinho de atenção e eles ficam todos contentinhos e voltam saltitantes (sic) para o trabalho” (P., heterossexual).

Mais uma vez se apresentam aspectos interdiscursivos. O primeiro percurso discursivo explicitamente valoriza algumas características comportamentais estereotipadamente percebidas como típicas dos homens *gays*, as quais são consideradas como aspectos importantes no contexto específico do trabalho. Nesta fala (07) o interlocutor elenca **delicadeza, minúcia, sem o perigo de gravidez**, sendo que este último especificamente implica discriminação das mulheres pela sua capacidade de reprodução. O segundo percurso discursivo se opõe a este primeiro, ao estereotipar e rejeitar os *gays*. Os homossexuais masculinos são retratados como **caricaturas de mulheres**, o que é ratificado quando se afirma que **só a TPM é a mesma e constante**. Esta afirmação relaciona o comportamento dos *gays* à tensão pré-menstrual, período no qual muitas mulheres ficam nervosas e irritadiças. Por fim, um implícito pressuposto é que os *gays* são percebidos como carentes e facilmente manipuláveis no nível psicológico, o que é útil no contexto empresarial (seleção lexical **você dá um pouquinho de atenção e eles ficam todos contentinhos e voltam saltitantes para o trabalho**). É importante ressaltar que

este relato foi proferido em tom de brincadeira durante o almoço, no qual apenas gerentes estavam presentes.

Como se pôde perceber, o fato de ser competente do ponto de vista profissional não exime os *gays* de serem alvo de preconceitos **bem humorados**. Neste caso, as lésbicas também o são, conforme o próximo fragmento discursivo (08):

(08) “Aqui no banco eu atendendo todo tipo de gente e sempre tive *stress* na vistoria de entrada da agência, até que eu contratei a Marieta (nome fictício) ... entre a gente, a gente chama ela de Tonhão, se lembra do TV Pirata? Mas ela tem cara de mulher, isso é, mais ou menos; mas trabalha como um homem. É pau para toda obra, até garrafão de água ela troca e ainda faz tudo o que as meninas querem” (A., heterossexual).

A interdiscursividade mais uma vez se verifica, desta vez no fragmento discursivo (08). O discurso de dedicação profissional da empregada mencionada se opõe à sua ridicularização pela orientação sexual e semelhança com uma personagem televisiva. O fato de a empregada citada ser dedicada profissionalmente, excedendo sua esfera de atividades produtivas, **ainda faz tudo o que as meninas querem**, não evita que ela seja objeto de chacota pelo entrevistado. Valendo-se de um dos elementos apontados por Bergson (1980), a semelhança com uma personagem de um programa humorístico de televisão (**Tonhão**), a empregada tem sua dimensão humana sequestrada, ficando apenas a caricatura, pois embora ela **tenha mais ou menos cara de mulher, trabalha como um homem**. Este interlocutor ainda revelou seu lado misógino, ao afirmar que Marieta é boa empregada por trabalhar como homem. Esta trabalhadora foi duplamente diminuída: em primeiro lugar, pelo gênero, uma vez que teve de ser comparada a um homem para ser qualificada profissionalmente, pois enquanto mulher, não há qualificação compatível com a de um homem; em segundo lugar, por ser lésbica. Sua orientação sexual é objeto de chacota do chefe e de seus colegas de trabalho, apesar de ela ser particularmente dedicada do ponto de vista profissional. Em alguns casos, a ironia se junta à interdiscursividade, conforme explicitado no fragmento discursivo (09):

(09) “Ah, eu acho as políticas de diversidade super importantes, os *gays* também precisam de amparo na gravidez e licença-maternidade” (C., heterossexual).

Não fossem o tom de voz e as expressões faciais, o primeiro percurso discursivo estaria alinhado aos discursos disseminados pela organização, os quais enfatizam a igualdade. Não obstante, o entrevistado vale-se da ironia, função comunicativa perversa do humor (Wählin, 2001; Wood & Caldas, 2005), num segundo percurso discursivo, para opor-se a elas; notadamente, ao afirmar, de forma explícita, que **os *gays* também precisam de amparo na gravidez e licença-maternidade**. O implícito pressuposto aqui é o de que os *gays*, embora queiram ser mulheres e se comportem como tal, não são iguais aos heterossexuais; por isso devem conformar-se a serem cidadãos de segunda categoria, sem acesso a alguns direitos. Todavia a impossibilidade biológica de um casal homossexual gerar um filho, não o impede de adotar crianças e, mediante o reconhecimento da justiça, exercerem as prerrogativas da lei, até mesmo as enunciadas.

No ambiente organizacional observado, os fragmentos discursivos analisados sugerem forte discriminação contra os homossexuais masculinos e femininos, a qual não se dá, necessariamente, de forma explícita. Os fragmentos discursivos analisados sugerem que o humor cria uma espécie de camada de tolerância, burlando políticas organizacionais, e colocando as críticas dentro de margens aceitáveis, as do riso. Entretanto o que poderia ser uma evidência do comportamento discriminatório exclusivamente partindo dos heterossexuais, é contrariado pela existência de práticas de humor discriminatório dos homossexuais, sobretudo os masculinos, sobre eles próprios. Este é o objeto da seção seguinte.

Os Gays Riem dos Gays – De Que e Por Quê?

Nesta seção analisaremos o humor discriminatório dos *gays* a respeito deles próprios, um contrassenso se considerarmos que são vítimas do mesmo tipo de preconceito. Mas não é assim que as práticas sociais se apresentam, conforme ilustra o fragmento discursivo (10):

(10) “A gente nasce gay. Você acha que se alguém pudesse escolher não ia preferir ser hétero ... ser normal como os outros: casar, ter filhos, ser feliz? Eu olho ao meu redor e só vejo um bando de bicha (sic) maluca, saltitando, dando piti. Não me identifico com isso. Se pudesse, eu queria ser um bofe (sic), daqueles bem másculos, sérios que levam as mulheres à loucura” (R., homossexual).

O fragmento discursivo (10) apresenta dois elementos interdiscursivos, um ligado à orientação sexual, e outro ligado à normalidade. No caso do primeiro elemento interdiscursivo, o entrevistado atribui a fatores biológicos e não sociais a homossexualidade. Um implícito subentendido é que racionalmente, em sociedade, não se optaria por ser homossexual, porque há muitas sanções sociais para eles; por isso, **trata-se de uma orientação, e não opção sexual**. Já o segundo elemento interdiscursivo se refere à questão da **normalidade**. O entrevistado associado explicitamente a ser heterossexual **ser normal, casar, ter filhos, ser feliz**. Por contraposição, ser homossexual implica não ser normal, não casar, não ter laços afetivos sólidos, não construir família, e, em última instância, não ser feliz.

Em outro momento, este entrevistado ratificou seu discurso ao descrever os *gays* e os heterossexuais. Aos homossexuais reservou adjetivos negativos e estereótipos (conforme as seleções lexicais **bando de bicha maluca, saltitando, dando piti**); aos heterossexuais, expressões positivas, embora também estereotipadas (**bofe, daqueles bem másculos, sérios, que levam as mulheres à loucura**). O problema é ser homossexual; a solução, ser heterossexual. Seria este comportamento, de críticas aos pares, um tipo de mecanismo de defesa, ao qual os *gays* recorrem, do ponto de vista simbólico. Este justificar-se-ia, uma vez que haveria categorias de *gays*, sendo os não efeminados **mais normais** do que os efeminados. Ou valem-se do humor como mais uma estratégia de sobrevivência (Irigaray, 2007)? O fragmento discursivo (11) é elucidativo nesse sentido:

(11) “Ser gay? Para mim ou para outros? Todo mundo sabe que sou gay; aliás nem tem como esconder, né? Daí, esperam que eu esteja sempre bem humorado, informado de tudo o que há de mais descolado, que eu esteja sempre bem vestido (pausa) acho que essa é a imagem que a gente vende, né? Para mim, isso significa hoooorasss [pronunciando a palavra longa e lentamente] no espelho me arrumando, ouvir os outros quando não estou com o menor saco e botar o maior carão [parecer alegre], mesmo quando estou triste ... se isso me incomoda? Acho que fui educado para nunca desapontar ninguém. Não sei se tem a ver com ser gay ou não, só não sei dizer não, e olha que são anos e anos de análise” (L., homossexual).

Neste depoimento, em primeiro lugar, se apresenta uma interdiscursividade do que se representa como *gay*, sendo *gay* e sendo heterossexual. A primeira frase, em que o entrevistado pede esclarecimentos sobre o que lhe fora perguntado (**ser gay? Para mim ou para os outros?**), explicita a existência de diferenças, o que sugere comportamentos como resposta conformada ou resistente ao que se representa, algo levantado por Eccel e Saraiva (2009). Outro elemento que aparece, e ratifica esta análise, é uma espécie de **inexorabilidade** estereotipada de aparência e de comportamentos tidos como *gays* na medida em que implicam inclusão social e tolerância dos outros. Em outras palavras, **vive-se** como *gay* na aparência, no comportamento etc. porque isso é o que deles se espera em termos de representações sociais. Por outro lado, há resistência às projeções estereotipadas, conforme se encontrou no fragmento discursivo (12):

(12) “Cara, para ser v. (sic), o cara tem que ser macho para c., nem falo só em dar a b. (sic), não. Tive que enfrentar meu pai, minha mãe, meus amigos, meus colegas de trabalho. Se eu fosse uma florzinha desde pequeno, teria sido muito mais fácil; mas sempre fui machão, saía na porrada, jogava futebol, fui fazer economia, o que a julgar pelos nossos ministros não quer dizer muito, né (risos). Mas eu sempre soube onde meu desejo estava e durante a faculdade abri geral, de uma vez só, para todo mundo ... Até hoje, tenho que aguentar deboche, gozação; mas, quanto mais me batem, mais forte eu fico. Tenho muito orgulho de ser o que sou. Continuo macho, saio na porrada, jogo futebol, não desmunheco, mas sou *gay* sim. Quem disse que para ser *gay* tem que ser efeminado? E sabe de uma coisa, acho que os afeminados, as travas são muito mais corajosos do que este bando de enrustidos e gente que leva vida dupla. Elas dão a cara a tapa. Isso que é coisa de homem” (H., homossexual).

À imagem padrão de masculinidade heterossexual, o entrevistado responde com uma contraimagem de homossexual masculino, não efeminado. Ele não utiliza o recurso de aviltar os homossexuais efeminados; pelo contrário, afirma que se tivesse sido efeminado (**uma florzinha**) desde pequeno,

teria sido para ele **muito mais fácil**. Estas seleções lexicais sugerem que, em função da visibilização, os *gays* efeminados já têm **destino certo** em termos sociais: limitarem-se aos estereótipos a eles atribuídos. O implícito pressuposto é que os *gays* não efeminados travam uma luta própria, pois uma vez que não apresentam traços femininos, podem **optar** por agir como heterossexuais. Esta é outra estratégia de sobrevivência apontada por Irigaray (2007): mesmo contra os *gays* masculinos há discriminação. Apesar de o motivo ser ligeiramente diferente, a forma de discriminação é a mesma: **deboche, gozação**.

Este entrevistado deu duas evidências de resistência: a primeira, ao afirmar que **quanto mais me batem, mais forte eu fico**, explicita uma autoimagem positiva, distinta das dos outros *gays* entrevistados. A segunda, ao sustentar explicitamente, que acha os efeminados e travestis mais corajosos do que os homossexuais enrustidos e do que aqueles que levam uma vida dupla. O interlocutor afirma, textualmente. **Elas dão a cara a tapa. Isso que é coisa de homem**. A masculinidade seria, então, associada à verdade, e não à aparência. É da essência masculina que trata o entrevistado, e não da forma pela qual ela se apresenta. Esta é uma visão bastante diferente das que predominaram nas entrevistas, nas quais o masculino está associado a imagens e aparências, e não ao caráter.

O fragmento discursivo (13) apresenta uma entrevista simultânea com três *gays*, particularmente ilustrativo de alguns elementos discutidos ao longo do artigo.

(13) A: “É lógico que não é uma escolha. Você acha que alguém em sã consciência ia escolher ser homossexual? É um caminho muito, muito...” (G., homossexual)

B: “Sofrido...” (V., homossexual)

A: “Não sei se sofrido é a palavra, é difícil: lidar com as mentiras que somos obrigados a contar, esconder quem somos da família, se controlar para não dar na pinta”. (G., homossexual)

C: “Ah, tá boa?” (gargalhando), “mais pinta do que a senhora dá...” (A., homossexual)

A: “Fale por você, que não é uma pinta, mas uma mancha ambulante” (rindo). “Elas são de Deus”. (G., homossexual)

C: “Dou pinta sim, tá meu bem? Ela é mulher, ela usa Valisére, ela lê Marie Claire, ela dá para quem ela quiser. Pelo menos quem chega perto de mim sabe o que sou, não leva gato por lebre”. (A., homossexual)

A: “Isso, me chama de lebre. Você acredita que outro dia fui à casa da Patrícia e a mãe dela pensou que eu fosse namorado dela? Me senti o garanhão, um bofe”. (G., homossexual)

B: “Desce do palco que a Madonna é loira, you can be what you want, um ceguinho pode até acreditar, mas pequena, you are what you eat”. (V., homossexual)

Quando o interlocutor B intervém na fala do locutor A, observa-se o fenômeno de diafonia. A diafonia é um caso particular de voz no enunciado, a retomada e a integração do discurso do interlocutor (B) no discurso do locutor (A). A fala diafônica opõe-se à simples citação das falas do interlocutor, no sentido de que ela supõe sua **interpretação**: a estrutura diafônica é um dos traços privilegiados da negociação dos pontos de vista que caracterizam toda a interação (Roulet, 1985, p. 71). A noção de diafonia é apropriada para o estudo da heterorreformulação, argumentação e, neste caso, dos enunciados reativos (Charaudeau & Maingueneau, 2004). O senso de pertencimento nesse grupo revelou-se a partir da utilização de marcadores de autodesignação, notadamente no fragmento de discurso do interlocutor A, ao exclamar **elas são de Deus**. A repetida utilização do pronome pessoal da terceira pessoa do plural aponta para a existência de um conjunto de procedimentos que servem ao enunciador de um texto para designar a si como indivíduo ou como membro de uma coletividade.

Durante a reunião desse grupo, o humor revelou-se como elemento fundamental de interação social. Paradoxalmente, os homossexuais, assim como os heterossexuais, também o utilizam como instrumento de sanção social. É por meio da ironia e do sarcasmo que os interlocutores A e C se acusam de afeminados. Neste caso, o humor entre os *gays*, mais do que uma ferramenta de controle ou

uma desculpa, como alegado pelos heterossexuais, é uma estratégia de sobrevivência, permitindo que as pressões sejam mais suportáveis. Talvez por isso os homossexuais sejam considerados **engraçados, divertidos**.

Esses estereótipos construídos socialmente, a fuga da própria identidade, bem como a expectativa do que é ser *gay* – para o bem ou para o mal – revelam-se fonte de angústia, pois se trata de uma ruptura com o mundo conhecido, com a vida tradicional socialmente aprendida e introjetada, ao longo de toda uma história de vida. Ser *gay* passa a significar, também, uma ampliação dos graus de liberdade, comprometimento ou rompimento com comportamentos estereotipados, impondo aos indivíduos uma multiplicidade de situações de vida e expectativas de comportamentos conflitantes, os quais sobrecarregam com novas realizações de coordenação e de integração social, fontes de inquietação e angústia.

SOBRE HUMOR E DISCRIMINAÇÃO – REFLEXÕES FINAIS

Neste artigo o objetivo foi analisar o humor como forma de manifestação da discriminação por orientação sexual no ambiente de trabalho. Nesse sentido, conduziu-se uma pesquisa qualitativa baseada em entrevistas semiestruturadas individuais em profundidade para mapear histórias de vida que pudessem ser relevantes sobre as funções sociais do humor.

A partir de considerações teóricas sobre as funções sociais do humor, constatou-se que a principal é a expressão de emoções positivas ou negativas, de forma suave ou dolorosa (Duarte & Paula, 2007; Grugulis, 2001; Moody, 1978; Wåhlin, 2001; Wood & Caldas, 2005). O foco deste artigo foi o seu uso como instrumento de discriminação de *gays* e lésbicas no ambiente de trabalho. Ficou evidente que o humor – por meio da comicidade, ironia, piadas e anedota – naturaliza a homofobia, e que ele é usado como um **sutil instrumento de controle** (Freitas, 1999) da sexualidade, do espaço social e dos valores heterocêntricos. De certa forma, se trata de algo de que se pode rir, porque é socialmente respaldado pela sociedade. Assim, desrespeitam-se os homossexuais, ao transformá-los em alvo de manifestações humorísticas.

Os dados permitem afirmar que os heterossexuais se valem do humor para desqualificar os *gays* e as lésbicas, sequestrando seu capital social (Bourdieu, 2007), negando-lhes direitos civis e políticos, bem como limitando sua participação na vida corporativa, o que resulta em obstáculo para a trajetória profissional destes indivíduos (Saraiva & Irigaray, 2009). Esta certa **política da diferença** marca os depoimentos, pois o riso se deve, em essência, ao fato de que os homossexuais são os outros (**não nós**), diferentes; portanto, **engraçados** – e menores como indivíduos.

Os homossexuais, particularmente os masculinos, também utilizam o humor como meio de manifestação de discriminação em relação a si próprios, enquanto membros de um grupo social. Destacam os estereótipos padrão e os reutilizam, como elemento de socialização, no próprio grupo, bem como em relação a grupos heterossexuais. Esta instrumentalização do humor por parte dos *gays* se baseia na lógica de que rir de algo em comum é forma de aproximação. Nesse sentido, o riso de si mesmo, a auto-discriminação, constitui instrumento de barganha para se inserirem no *corpus* social. Ao longo das entrevistas com os homossexuais, ficou patente que, acima de qualquer função social que tenha para este grupo social específico, o humor é, em sua essência, fonte de sofrimento para estes indivíduos, à medida que reifica a rejeição e exclusão a que estes indivíduos são submetidos.

Os principais desdobramentos deste estudo se referem à possibilidade de construção de uma agenda para pesquisas, em especial aquelas que abriguem os binômios semelhanças/diferenças no âmbito social e no contexto organizacional. Este artigo também implica o aprofundamento das discussões sobre as formas mais sutis de violência no ambiente de trabalho, dando-se voz àqueles que são silenciados e negligenciados pelos discursos organizacionais hegemônicos. Do ponto de vista empírico, é responsabilidade inequívoca das organizações incluir, como parâmetro de análise de

resultados, os aspectos de justiça social e qualidade de vida dos seus empregados, o que implica reconhecer e respeitar suas diferenças para poder tratá-los em pé de igualdade. À sociedade, por fim, cabe refletir sobre o fato de que ser complacente com práticas discriminatórias de qualquer tipo, mesmo com as **bem humoradas**, é contribuir para a continuação da desigualdade entre os indivíduos. Rir junto com o agressor, sob qualquer pretexto, significa tornar-se cúmplice de piadas invariavelmente de mau gosto. E isso não tem graça nenhuma.

Artigo recebido em 11.05.2009. Aprovado em 26.01.2010.

NOTA

¹ Os autores agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico [CNPq] o financiamento da pesquisa, em que foram obtidos os dados empíricos que subsidiaram o presente trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ackroyd, S., & Thompson, P. (1999). *Organizational misbehavior*. London: Sage.
- Aktouf, O. (1996). *A administração entre a tradição e a renovação*. São Paulo: Atlas.
- Angerami, V. (1998). *A psicologia no hospital*. São Paulo: Traço.
- Antunes, A. (2006, outubro). Homofobia em Jorge Amado? *Arquipélago* (7), 19-21.
- Aufrecht, S. E. (2001, July). When should a manager cross the road? The appropriate use of humor in public organizations. *Proceedings of Critical Management Studies Conference*, Manchester, United Kingdom, 2.
- Badget, L. (1995). The wage effects of sexual orientation discrimination. *Industrial and Labor Relations Review*, 48(4), 726-739.
- Barker, J. (1993). Tightening the iron cage: concertive control in self-managing teams. *Administrative Science Quarterly*, 38(3), 408-437.
- Berger, P. (1997). *Redeeming laughter*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Bergson, H. (1980). *O riso: ensaio sobre a significação do cômico*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bourdieu, P. (1999). *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes.
- Bourdieu, P. (2007). *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Bruyne, P., Herman, J., & Schoutheete, M. (1982). *Dinâmica da pesquisa em ciências sociais* (2a ed.). Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- Carrieri, A. P. (2002). A transformação das identidades em uma empresa de telecomunicações antes e depois de sua privatização: um estudo de metáforas. *Organizações & Sociedade*, 8(23), 13-34.
- Charaudeau P., & Maingueneau, D. (2004). *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto.
- Comte-Sponville, A. (1995). *Pequeno tratado das grandes virtudes*. São Paulo: Martins Fontes.

- Croteau, J. (1996). Research on the work experience of lesbian, gay, and bisexual people: an integrative review of methodology and findings. *Journal of Vocational Behavior*, 48(2), 195-209.
- Duarte, S. (2005, agosto). O “boom” hoteleiro em São Paulo e a presença do humor no atendimento: uma pesquisa sobre a percepção dos colaboradores. *Anais do Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais*, São Paulo, SP, Brasil, 8.
- Duarte, S., & Paula, L. (2007, setembro). O humor no ambiente de trabalho: um estudo epistemológico. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.
- Eccel, C. S., & Saraiva, L. A. S. (2009, setembro). Masculinidade, autoimagem e preconceito: um estudo das representações sociais de homossexuais. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, São Paulo, SP, Brasil, 33.
- Faour, R. (2006). *História sexual da MPB*. São Paulo: Record.
- Felipe, J. (2006, outubro). Homofobia e construção de masculinidades na infância. *Arquipélago* (7), 19-21.
- Fleury, M. T. L. (2000). Gerenciando a diversidade cultural: experiência de empresas brasileiras. *Revista de Administração de Empresas*, 40(3), 18-25.
- Ford, T. E., & Ferguson, M. A. (2004). Social consequences of disparagement humor: a prejudice norm theory. *Personality and Social Psychology Review*, 8(1), 79-94.
- Freitas, M. E. (1999). *Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma?* Rio de Janeiro: FGV.
- Freitas, M. E. (2001). Assédio moral e assédio sexual: faces do poder perverso nas organizações. *Revista de Administração de Empresas*, 41(2), 8-19.
- Freud, S. (1977). *Os chistes e sua relação com o inconsciente*. Rio de Janeiro: Imago.
- Funes, M. (2001). *O poder do riso: um antídoto contra a doença*. São Paulo: Ground.
- Greatbatch, D., & Clark, T. (2001, July). Humour and laughter in the public lectures of management gurus. *Proceedings of Critical Management Studies Conference*, Manchester, United Kingdom, 2.
- Grugulis, I. (2001, July). Nothing serious? Candidates’ use of humour in management training: expressing and containing resistance. *Proceedings of Critical Management Studies Conference*, Manchester, United Kingdom, 2.
- Gueiros, M. G., & Oliveira, L. M. B. (2004, setembro). Clientes internos satisfeitos com as práticas de RH conduzem à satisfação dos clientes externos? Um estudo no setor hoteleiro. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Curitiba, PR, Brasil, 28.
- Guimarães, M. (2007). Relação de afeto e direitos. *Psique: Ciência & Vida*, 2(16), 38-45.
- Gutkoski, C. (2006, outubro). Entre tapas e beijos, a novela das oito pauta o debate. *Arquipélago* (7), 22-24.
- Herek, G. (1984). Beyond “homophobia”: a social psychological perspective on attitudes towards lesbians and gay men. *Journal of Homosexuality*, 10(1/2), 1-21.

- Irigaray, H. A. R. (2007, setembro). Estratégias de sobrevivência dos gays no ambiente de trabalho. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.
- Irigaray, H. A. R. (2008). Discriminação por orientação sexual no ambiente de trabalho: uma questão de classe social? Uma análise sob a ótica da pós-modernidade crítica e da queer theory. *Anais do Encontro de Administração Pública e Governança*, Salvador, BA, Brasil, 3.
- Mays, V., & Cochran, S. (2001). Mental health correlates of perceived discrimination among lesbian, gay, and bisexual adults in the United States. *American Journal of Public Health*, 91(11), 1869-1876.
- Moody, R. (1978). *Cura pelo poder do riso*. Rio de Janeiro: Nórdica.
- Necchi, V. (2006, outubro). Caricatos e anormais. *Arquipélago* (7), 45-48.
- Neves, L. F. B. (1970). O triste bom humor brasileiro. *Revista de Cultura Vozes*, 64(3), 222-224.
- Pagès, M., Bonetti, M., Gaulejac, V., & Descendre, D. (1987). *O poder das organizações*. São Paulo: Atlas.
- Pereira, B., Ayrosa, E., & Ojima, S. (2005, setembro). Consumo entre gays: compreendendo a construção da identidade homossexual através do consumo. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Brasília, DF, Brasil, 29.
- Prestes Motta, F. C., Vasconcelos, I., & Wood, T., Jr. (1995). O novo sentido da liderança: controle social nas organizações. In T. Wood, Jr. (Ed.), *Mudança Organizacional*. São Paulo: Atlas.
- Ragins, B., & Cornwell, J. (2001). Pink triangles: antecedents and consequences of perceived workplace discrimination against gay and lesbian employees. *Journal of Applied Psychology*, 86(6), 1244-1261.
- Ray, M. (1994). The richness of phenomenology: philosophic, theoretic, and methodological concerns. In J. Morse (Ed.), *Critical issues in qualitative research methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Rodrigues, S. B., & Collinson, D. L. (1995). 'Having fun'? Humour as resistance in Brazil. *Organization studies*, 16(5), 739-768.
- Ruch, W. (1993). *Exhilaration and humor*. New York: Guilford.
- Saraiva, L. A. S. (2007, setembro). O túnel no fim da luz: a educação superior em administração no Brasil e a questão da emancipação. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.
- Saraiva, L. A. S., & Irigaray, H. A. R. (2009). Políticas de diversidade nas organizações: uma questão de discurso? *Revista de Administração de Empresas*, 49(3), 337-348.
- Silva, A. (2006). *Marchando pelo arco-íris da política: a parada do orgulho lgbt na construção da consciência coletiva dos movimentos LGBT no Brasil, Espanha e Portugal*. Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Silva, R., & Alcadipani, R. (2001, setembro). Manda quem pode, obedece quem tem juízo: a consolidação da disciplina através da participação na siderúrgica riograndense. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Campinas, SP, Brasil, 25.

- Siqueira, M. V. S., Ferreira, R. C., & Zauli-Fellows, A. (2006, setembro). Gays no ambiente de trabalho: uma agenda de pesquisa. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Salvador, BA, Brasil, 30.
- Siqueira, M. V. S., & Zauli-Fellows, A. (2006, junho). Diversidade e identidade gay nas organizações. *Anais do Encontro de Estudos Organizacionais*, Porto Alegre, RS, Brasil, 4.
- Trevisan, J. (2004). *Devassos no paraíso*. Rio de Janeiro: Afiliada.
- Vickers, M. H. (2005, June). Illness, work and organization. *Tamara: Journal of Critical Postmodern Organization Science*, 3(2), 74-88.
- Wâhlin, N. (2001, July). Humour and irony as devices for identity constructions. *Proceedings of Critical Management Studies Conference*, Manchester, United Kingdom, 2.
- Wood, T., Jr., & Caldas, M. (2005). Rindo do que? Como consultores reagem ao humor crítico e à ironia sobre sua profissão. *Organizações & Sociedade*, 12(34), 83-101.