
Cultura organizacional, mundo do trabalho e vida pessoal: análise de representações do ambiente de trabalho em Sitcoms¹

Millena Eduarda Ferreira²

Carolina Fernandes da Silva Mandaji³

Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)

Resumo

Essa pesquisa analisa as relações de trabalho nas produções audiovisuais do gênero *Sitcom*, com foco nas relações entre liderança e trabalhador, atividade do trabalho e sua ligação com a vida pessoal. Para isso, são utilizados os conceitos de cultura organizacional (Schein, 2022), mundo do trabalho e o uso de si (Lhuillier, 2013). A partir dessas referências, realiza-se uma análise qualitativa em cenas selecionadas de Sitcoms, considerando a narrativa, contexto, imagem, discurso e as características do gênero. O objetivo é compreender como as produções audiovisuais representam o ambiente de trabalho, evidenciando a forma que a cultura organizacional e o mundo do trabalho aparecem na interação entre trabalhador e organização, com ênfase sobre os aspectos pessoais dos trabalhadores.

Palavra-chave: sitcom, mundo do trabalho; suporte organizacional; liderança; cultura organizacional.

As séries televisivas, em especial as *Sitcoms*, ou comédias de situação, passaram a ocupar lugar de destaque em pesquisas acadêmicas (Jost, *apud* Giancomini, 2012, p. 1), sobretudo devido a sua capacidade de ficcionalização de situações cotidianas de maneira cômica. O presente trabalho tem como objetivo analisar as representações das relações de trabalho em produções audiovisuais do gênero *Sitcom*, com ênfase na cultura organizacional, mundo do trabalho e na ligação com os aspectos da vida pessoal dos trabalhadores.

Apesar do gênero ter um caráter majoritariamente cômico, a narrativa não se resume a piadas, como explica a produtora cinematográfica Sioned Williams: para analisar uma Sitcom deve-se levar em conta todos os elementos componentes do estilo (Mills, 2009, p. 31).

¹ Trabalho apresentado na IJ03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 7º Semestre, do Curso de Comunicação Organizacional na Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, e-mail: millenaf@alunos.utfpr.edu.br

³ Orientadora do trabalho e professora do curso de Comunicação Organizacional e do Mestrado em Estudos de Linguagem da UTFPR, e-mail: cfernandes@utfpr.edu.br

Para análise, são utilizados os conceitos de Lhuilier (2013), por meio dos quais entende-se que o trabalho é inerente à existência humana. Além de ser uma atividade assalariada, é através dela que o indivíduo valida sua função na convivência em sociedade, sendo ferramenta ativa no ambiente social. De acordo com Lhuilier (2013), o indivíduo recorre às suas referências pessoais enquanto exerce o trabalho, mostrando que há relação entre a vida pessoal e a atividade exercida. Logo, é possível entender que os indivíduos também participam da construção e reprodução dos valores organizacionais.

Sendo assim, a cultura organizacional exerce um papel importante na formação das organizações. Edgar Schein (2022) define a cultura organizacional como o conjunto de premissas que um grupo aprendeu a aceitar dentro de uma organização. Marchiori (2011) explica que o aprendizado dos valores organizacionais é resultante dos processos de interação social, ou seja, por meio da comunicação são formados e moldados os elementos de determinada cultura organizacional.

Para a análise proposta, foram selecionadas cenas de uma produção do gênero *sitcom*. A série *Superstore*, retrata as relações de trabalho de uma loja de rede chamada *Cloud 9*, ao longo da narrativa percebe-se elementos relacionados à cultura organizacional e suporte organizacional no caso ocorrido com uma personagem gestante.

O objetivo do estudo é, através das cenas selecionadas de *Superstore*, compreender as representações de mundo do trabalho e cultura organizacional, com ênfase nos aspectos da vida pessoal dos indivíduos. Entendendo as características das séries do gênero *Sitcom* e conectando-as com os conceitos citados, que serão desenvolvidos ao longo do trabalho.

Narrativas seriadas e o gênero *sitcom*

Desde o século XX, a televisão ocupa um espaço nas casas ao redor do mundo, e a partir de 1990 inicia-se o período que Mittel chama de complexidade televisiva (Mittel, 2012 p.31). Essa era é marcada pela divisão narrativa por capítulos e uso de estratégias como a de *cliffhangers* (recurso narrativo utilizado na finalização de um capítulo em um momento de suspense ou decisivo, deixando o público curioso para o que vai acontecer a seguir), que podem prolongar uma decisão ou deixar em aberto a

conclusão, ambas utilizadas com o objetivo de manter a audiência interessada (Dena, Souza, 2007, p. 23).

De acordo com François Jost, “As séries são fenômenos de público, de crítica e também passaram a ocupar lugar de destaque em pesquisas acadêmicas” (*apud* Giancomini, 2012, p.1). Entre essas, destacam-se as *Sitcoms*, que são programas de curta duração, entre 20 e 30 minutos, em que cada episódio apresenta um desenvolvimento de história com começo, meio e fim, possibilitando que os episódios sejam compreendidos e assistidos de forma avulsa. Devido à sua extensa e contínua narrativa, elas passam a apresentar um alto grau de desenvolvimento dos seus personagens e a criação de uma fidelidade com o público que acompanha.

O gênero *Sitcom*, originário nas rádios do Reino Unido, teve sua primeira exibição televisiva com o seriado *Pinwright's Progress* (1946), e a popularização do gênero ocorreu nos Estados Unidos, por volta de 1950 (Rocha e Vasconcelos, 2021, p.48). A palavra *Sitcom*, que pode ser traduzida por comédia de situação, de acordo com Aronchi é “um tipo de humor que utiliza a teledramaturgia para apresentar em situações cômicas os costumes dos cidadãos comuns” (Aronchi, 2017, *apud* Aêreas, 2004).

Entre as características do gênero: os ambientes e personagens são permanentes, novos ambientes e pessoas são introduzidas a partir dos elementos fixos. Nas produções clássicas da *Sitcom*, foi popularizado o uso de múltiplas câmeras fixas em uma mesma cena, respeitando os espaços dos cenários. Essas obras também apresentam as famosas *laugh tracks* (claques), simulando as reações do público, que nas produções clássicas acompanhavam as gravações nos estúdios ou eram adicionadas posteriormente (Ceretta, 2014, p. 12-16).

Para analisar uma *Sitcom*, deve-se levar em conta a narrativa, as personagens e todos os elementos componentes do estilo. Além disso, algo cômico não precisa ser necessariamente uma piada, mas talvez uma situação inusitada no cotidiano ou uma pessoa em determinado contexto (Mills, 2009, p.24).

Sendo assim, foi possível compreender que embora as *Sitcoms* tenham o formato humorístico proeminente, através da narrativa pode-se perceber outros elementos, como as relações interpessoais dos personagens, conflitos e dinâmicas sociais. Nesse sentido, esta análise considera como as comédias de situação abordam temas cotidianos,

especialmente o trabalho, as dinâmicas laborais e as relações com a esfera pessoal do funcionário e a representação do mundo do trabalho na ficção.

Mundo do trabalho e cultura organizacional

As dinâmicas do mundo do trabalho estão presentes na narrativa da série *Superstore*, por isso torna-se importante entendê-las. De acordo com Lhuilier: “Trabalhar dá acesso a um espaço social e se inscreve na troca com os outros” (Lhuilier, 2013, p. 5). A atividade de trabalho é inerente à existência humana, e é por meio da troca social existente entre os indivíduos no espaço de trabalho e, sua função nesse meio, que o ser humano valida sua função na convivência em sociedade, sendo ferramenta ativa no ambiente social.

Existem diversas motivações para que alguém exerça seu trabalho. Além de ser uma atividade assalariada que permite a sobrevivência, a motivação pode vir de desejos vinculados ao viés pessoal, como família, realização na profissão, ou validação social. A atividade de trabalho ocupa grande espaço na vida humana, “faz o ser humano progredir no domínio de seu ser, predispondo-o como um ser criador.” (Fígaro, 2008, p. 92). Além disso, está vinculada também às questões de pertencimento e autoestima, é nele que o ser humano encontra poder e liberdade em relação à máquina (Lhuilier, 2013, p. 7).

Esse conjunto pode afetar o que Lhuilier chama de uso de si no trabalho. O autor explica que cada organização dispõe de uma divisão de tarefas e exigências específicas, com as decisões guiadas pela cultura organizacional. Ademais, o indivíduo recorre às suas referências pessoais para lidar com as diversidades do cotidiano (Lhuilier, 2013, p. 4). Sendo assim, separar o indivíduo da sua função se torna algo complexo, já que o trabalho não é organizado somente pelas normas, mas sim, pelas referências que esse sujeito traz para o ambiente de trabalho. Neste contexto, compreende-se que os aspectos pessoais também impactam na atividade do trabalho, e precisam de atenção na tomada de decisões e no posicionamento da organização em relação ao bem-estar do trabalhador: “é possível aprender muito sobre uma organização por meio dos pensamentos e comportamento cotidiano dos seus líderes” (Marchiori, 2011, p.13).

Sob essa perspectiva, a cultura organizacional é uma das “ferramentas” presentes no ambiente de trabalho que podem auxiliar no posicionamento da organização, no bem-estar dos colaboradores, e na tomada de decisões dos líderes e funcionários (Marchiori, 2011, p.14).

A cultura organizacional é um conjunto de premissas que um grupo aprendeu a aceitar dentro da organização, Edgar Schein define como:

A aprendizagem compartilhada oferece sentido e estabilidade e se torna, de certa maneira, o DNA cultural: crenças, valores e comportamentos desejados que criaram o grupo e o tornaram bem-sucedido[...] e se transformam em premissas básicas que, posteriormente, passam a se manifestar de maneira inconsciente. (Schein, 2022, p.28)

Essa manifestação inconsciente faz parte do aprendizado dos trabalhadores nas organizações, como resultado dos processos de interação social, ou seja, por meio da comunicação são formados e moldados os elementos de determinada cultura organizacional (Marchiori, 2011, p.4). Sendo assim, a comunicação é vista como uma ferramenta de gestão em que o resultado criará uma cultura organizacional. Observa-se que os vínculos humanos também têm extrema importância nesse processo, uma vez que é através deles que traços da cultura organizacional são repassados (Formiga, Marques, Santos, 2024, p. 3).

Entre os costumes e normas de uma organização, pode-se citar a linguagem, símbolos, valores, artefatos (uniforme, espaços de trabalho, mobiliário), e os costumes da empresa. Todos esses elementos fazem parte da cultura organizacional e proporcionam sentido de identidade. Através deles, é possível entender as dinâmicas dentro da organização, afinal a cultura guia e restringe o comportamento dos indivíduos dentro da empresa (Schein, 2022, p.38).

Além dos elementos e das ações planejadas e organizadas, os traços da cultura organizacional podem ser percebidos em comportamentos informais dos trabalhadores:

Considera-se que a produção e a reprodução dos valores e princípios organizacionais estão localizadas nos processos discursivos e dialógicos que norteiam as suas estratégias e práticas comunicativas. É necessário compreender que os processos interativos das e nas organizações com seus interlocutores têm abrangência social, mas podem se dar de forma espontânea no contexto organizacional,

independentemente da vontade e da decisão da organização. (Oliveira, Amaral, 2021, pp. 31-32).

Sob essa perspectiva, as organizações incentivam os espaços dialógicos dentro das organizações, e apoiam-se no poder do discurso para colaborar na gestão dos funcionários. Isso quer dizer que o discurso organizacional pode servir de estratégias discursivas para fazer valer suas intenções (Oliveira, Amaral, 2021, p. 32), e por esse meio transmitir os valores da organização.

O posicionamento da liderança transforma a percepção dos trabalhadores dentro de uma organização, isto significa que, a “percepção do suporte organizacional estaria embasada nos valores e práticas da cultura organizacional” (Formiga, Marques, Santos, 2024, p. 4). Entender-se assim que a valorização do vínculo organização-trabalhador e o bem-estar dentro da empresa são traços de uma boa gestão de cultura organizacional:

Uma gestão associada à cultura é capaz de gerir não apenas adaptabilidade, maior autonomia aos funcionários e lideranças que valorizem as iniciativas de criação e compartilhamento de conhecimento, mas, também, seja capaz de manter uma comunicação efetiva, contribuindo para potencializar a prontidão da organização para a inovação de seus processos de serviços. (Formiga, Marques, Santos, 2024, p. 4).

É certo que a valorização do trabalho realizado pelo indivíduo fortalece os vínculos com a organização, conforme Eisenberger (1986), a percepção de suporte organizacional ocorre a partir de um processo de personificação da organização, o que significa que os empregados veem as ações dos agentes organizacionais como ações da própria organização (*apud* T. Paschoal, C. V. Torres, J. B. Porto, 2010, p.6). Assim, o comportamento do líder é um dos pilares para a percepção de um bom suporte organizacional.

Dessa forma, relacionar o mundo do trabalho e a cultura organizacional permite uma análise detalhada das dinâmicas organizacionais. Através de artefatos presentes na cultura organizacional, como: os valores e normas; as práticas da organização; as relações interpessoais presentes no cotidiano; o comportamento dos funcionários e dos líderes e; a relação com a esfera pessoal no meio organizacional. Tais aspectos serão observados nas cenas selecionadas da série *Superstore*.

Cenas da série *Superstore*

Destinado à análise, foi escolhida a série do gênero *sitcom*, *Superstore*, veiculada entre os anos de 2015 e 2021, conforme dito anteriormente, que está disponível para acesso através da *Netflix* e *PrimeVideo* (2025). A narrativa se passa dentro de uma loja de rede chamada *Cloud 9* e, durante os episódios, o telespectador pode observar a dinâmica de trabalho dos funcionários. O humor da série se dá através de situações inusitadas e comentários feitos na hora certa, para contribuir, closes (plano fechado que foca no personagem em questão) e zoom (variação da distância focal) na reação dos personagens também são utilizados.

Durante o episódio ‘*O Sindicato*’ (temporada 1, episódio 11), a personagem Cheyenne, uma adolescente que engravida e precisa começar a trabalhar para sustentar seu bebê, passa por dificuldades para trabalhar enquanto está no final da sua gestação. Durante uma conversa com a sua supervisora, a garota revela que precisa continuar no trabalho por questões financeiras, visto que a política interna da loja não paga licença maternidade para as funcionárias.

A atitude da garota, pode ser vinculada ao que Lhuillier (2013) chama de uso de si no trabalho, quer dizer, cada indivíduo é motivado por uma questão no mundo do trabalho, às vezes a financeira, como nesse caso, mas também existem outras motivações. A atividade do trabalho está vinculada também às questões de pertencimento e autoestima, “é nele que o ser humano encontra poder e liberdade em relação à máquina” (Lhuillier, 2013, p. 7). Neste contexto, compreende-se que os aspectos da vida pessoal dos funcionários também impactam no dia a dia do trabalho, e a organização deve apresentar recursos para auxiliar o funcionário nesses momentos, uma cultura organizacional voltada para o suporte e a valorização do trabalhador é essencial. De acordo com Marques e Santos (2024, p. 4), “A percepção do suporte organizacional estaria embasada nos valores e práticas da cultura organizacional”.

Sob essa perspectiva, seus colegas de trabalho, revoltados com a situação, tentam contatar a gerência das redes das lojas, solicitando a licença maternidade, mas o que recebem é um programa de treinamento contra a abertura de sindicatos que corroboram com os direitos trabalhistas dos funcionários. Após alguns episódios, Cheyenne tem seu bebê dentro da loja, apesar de ser uma cena engraçada, pensada para divertir o espectador, enquanto a emergência a leva para o hospital, seu gerente Glenn,

comovido com a situação, permite a licença maternidade remunerada por 6 semanas para suporte da funcionária.

Na cena em análise, observa-se uma cultura organizacional em prol da obtenção de lucros, sempre contendo custos, através dos seguintes artefatos: política que não permite licença maternidade e palestra anti sindicalista para os funcionários. De acordo com Edgar Schein (2022), a cultura organizacional é como um conjunto de premissas e artefatos (uniforme, espaços de trabalho, mobiliário, costumes) presentes no ambiente de trabalho que um grupo passa a aceitar, neste caso, a falta de suporte com o colaborador.

Ademais, com a resposta a negativa da empresa, vemos que é necessário compreender que os processos interativos das e nas organizações com seus interlocutores têm abrangência social, mas podem se dar de forma espontânea no contexto organizacional, independentemente da vontade e da decisão da organização (Oliveira, Amaral, 2021, p. 31 e 32). Sendo assim, a atitude dos colegas de trabalho de Cheyenne em tentar conseguir a licença mesmo não fazendo parte da política da loja, mostra uma união entre os funcionários e uma divergência com a liderança. A cultura organizacional não é imposta unilateralmente, Marchiori (2011) explica que por meio da comunicação são formados e moldados os elementos de determinada cultura organizacional, deste modo, a comunicação se torna uma ferramenta de gestão organizacional.

Através dessa cena, percebe-se a diferença entre liderança e líder, enquanto a liderança referencia-se a um cargo hierárquico dentro da organização, o líder é capaz de influenciar positiva e negativamente o trabalhador. A atitude do gerente Glenn em conceder a licença maternidade para sua funcionária pode ser vista como um exemplo de suporte organizacional. Eisenberger (1986) explica que a percepção de suporte organizacional ocorre a partir de um processo de personificação da organização, em que os empregados veem as ações dos líderes organizacionais como da própria organização.

Nesse sentido, a personagem Cheyenne termina o episódio com uma visão extremamente positiva da empresa. Apesar da decisão tomada pelo gerente Glenn ser diferente do posicionamento da rede de lojas como um todo, consiste em uma ação empática, e que valoriza o vínculo humano acima da obtenção de lucros. E essa decisão afeta a personagem diretamente, já que ela obterá a licença maternidade. Sendo assim, o

bem-estar da funcionária dentro da organização é levado em consideração pelo gerente, ou seja, pela empresa como um todo, devido a personificação da organização, resultando em uma imagem positiva para a *Cloud 9*, mesmo que as consequências para Glenn tenham sido negativas.

Conclusão

Através da ficcionalização de cenas cotidianas no ambiente de trabalho na *Sitcom Superstore*, e a investigação acerca das interações sociais e as funções exercidas pelos funcionários e sua relação com a esfera pessoal dos indivíduos, foi possível perceber que os conceitos de Lhuillier (2013) de mundo do trabalho e o uso de si, e a cultura organizacional de Schein (2022) e Marchiori (2011) são exemplificados nas produções audiovisuais contemporâneas.

O estudo também reforça a importância do audiovisual como método investigativo na área acadêmica, colaborando para análise de dinâmicas laborais e o debate sobre saúde mental e condições no ambiente de trabalho.

Nessa perspectiva, novas pesquisas podem aprofundar a abordagem da psicologia do trabalho, utilizando os conceitos de uso de si dos trabalhadores, proposto por Lhuillier (2013) e até mesmo investigar representações de profissionais de um mesmo setor. Uma análise comparativa desses conceitos, pode ampliar o entendimento sobre a relevância da cultura e suporte organizacional, o bem-estar dos trabalhadores, e o mundo do trabalho. Expandindo o papel das produções audiovisuais, para além do seu valor cultural.

Referências

- DENA, Christy. *Transmedia, episódios and the pluriverse*. In: SOUZA, Maria Carmen; ALVES, Lynn Org.). *Narrativas seriadas*. Belo Horizonte: UFMG, 2021. Cap. 1. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/123456789> Acesso em: 24 de março de 2025.
- SCHEIN, Edgar H. *Cultura organizacional e liderança*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2022. p. 24 - 46
- FORMIGA, Nilton Soares; MARQUES, Gisele de Ávila Soares; SANTOS, André J. P. *Cultura organizacional, percepção do suporte e gestão do conhecimento em trabalhadores brasileiros*. *Revista Recape*, v. 14, n. 3, p. 370–392, set./dez. 2024. Acesso em: 12 de abril de 2025.

MARCHIORI, Marlene; VILAÇA, Wilma. *Cultura organizacional e comunicação nas organizações contemporâneas: temas imbricados ou desarticulados?* In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS – ABRAPCORP, 5., 2011, São Paulo. Acesso em: 20 de abril de 2025

OLIVEIRA, Ivone de Lurdes; AMARAL, Lara Lucienne Dornas. *Discurso organizacional: presença de poder e sentidos na busca de legitimidade*. *Organicom*, São Paulo, v. 18, n. 35, p. 28-39

MILLS, Brett. *The sitcom*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005.

MANZO CERETTA, Fernanda. (2018). A reinvenção do *sitcom*: a comédia na era dos *reality shows*. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/323391981_A_reinvencao_do_sitcom_a_comedia_na_era_dos_reality_shows Acesso em: 05 de junho de 2025

LHUILIER, Dominique. *Trabalho*. Tradução de Fernanda Spanier Amador. Revisão de Eliana Braga Diniz Costa Pesa. *Psicologia & Sociedade*, v. 25, n. 3, p. 483–492, 2013.

FIGARO, Roseli. O mundo do trabalho e as organizações: abordagens discursivas de diferentes significados. *Organicom*, São Paulo, ano 5, n. 9, 2º semestre, 2008.

GIACOMINI, Jair; JOST, François. *Do que as séries americanas são sintoma? Rizoma*, Santa Cruz do Sul, v. 4, n. 1, p. 224–226, ago. 2016. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/7777> Acesso em: 5 jun. 2025.

MITTELL, Jason. *Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea*. *Organicom*, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 29–52, jan./jun. 2012.

VASCONCELOS, Maria Vitória Néia Davanço; ROCHA, Guilherme Magri da. De “*How you doing?*” a “*Have you met Ted?*”: um estudo sobre as características e semelhanças do gênero *sitcom* nas séries “*Friends*” e “*How I Met Your Mother*”. *Revista de Letras*, Curitiba, v. 23, n. 43, p. 46–63, [jule/view/9707](https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/7777) Acesso em: 5 jun. 2025.

PASCHOAL, Tatiane; TORRES, Cláudio V.; PORTO, Juliana Barreiros. Felicidade no trabalho: relações com o suporte organizacional e suporte social. *Revista de Administração Contemporânea – RAC*, Curitiba, v. 14, n. 6, art. 4, p. 1054–1072, nov./dez. 2010. Acesso em: 19 de dezembro de 2024

ARÊAS, Ana Paula Lourenço. Características e variações do gênero *sitcom*. *Anais da Semana do Audiovisual*, v.4, n.1, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://www.anais.ueg.br/index.php/sau/artic>

JULLIER, Laurent; MARIE, Michel. *Lendo as imagens do cinema*. São Paulo: Papyrus, 2009.

SUPERSTORE. Criação de Justin Spitzer. Los Angeles: NBC, 2015-2021. 6 temporadas. Disponível em: <https://www.netflix.com> e <https://www.primevideo.com>. Acesso em: 20 jun. 2025.