

7 A Pesquisa de Campo

No capítulo anterior delineou-se os ‘passos’ a serem seguidos nessa pesquisa, ou seja, definiram-se os métodos e as técnicas a serem aplicados no desenvolvimento do trabalho.

Este capítulo pretende descrever o estudo de campo realizado em uma empresa farmacêutica X, localizada na cidade de São Paulo, que por ter sofrido um processo de reforma (espacial e cromático) em todos os seus ambientes de trabalho, permitiu à pesquisadora obter informações à respeito do processo de concepção do projeto, do processo de implantação da reforma e analisar a realidade vivenciada pelos trabalhadores, à partir da opinião dos mesmos quanto às alterações implementadas.

7.1 O estudo de campo

A premissa principal para a escolha do local de trabalho a ser realizada a pesquisa de campo era que este local tivesse sofrido alterações cromáticas em seus ambientes. Para que fosse possível, assim, avaliar o projeto cromático implantado e as opiniões dos usuários-trabalhadores em relação à mudança das cores no local de trabalho. A segunda premissa era que este ambiente fosse um local de trabalho de escritório.

Através de pesquisas na internet, a pesquisadora encontrou trabalhos de alguns profissionais projetistas, na área de projetos cromáticos para locais de trabalho. Para vários desses profissionais, foram enviadas mensagens eletrônicas explicitando os objetivos e interesses da pesquisa, com o intuito de obter um local onde o estudo de campo pudesse ser realizado. Um desses profissionais (uma consultora em cores), que havia realizado um trabalho em uma empresa farmacêutica, localizada na cidade do Rio de Janeiro, respondeu cordialmente às mensagens e demonstrou grande interesse pela pesquisa. A pesquisadora marcou um encontro, no Rio de Janeiro, com a consultora em cores e através das

informações fornecidas pela profissional, a pesquisadora entrou em contato com a empresa farmacêutica, onde o projeto cromático fora desenvolvido e agendou uma visita ao local.

A primeira visita à empresa farmacêutica, localizada na cidade do Rio de Janeiro, ocorreu em outubro de 2002. A pesquisadora foi recebida pelos gerentes de Utilidades e Engenharia e manutenção, responsáveis pela parte de projetos da empresa. Ao ficarem cientes dos objetivos da pesquisa, propuseram que a pesquisadora realizasse seu estudo de campo, na sede administrativa da empresa, localizada na cidade de São Paulo, pelo fato de naquele momento, estar sendo elaborado, por um escritório de arquitetura, um projeto que abarcava mudanças espaciais, em termos de novo arranjo físico e mudanças cromáticas, a ser implementado em todos os departamentos da empresa. Esta possibilidade se adequou perfeitamente aos objetivos da pesquisa.

7.2 A empresa farmacêutica X

As operações da empresa farmacêutica X no Brasil, começaram em 1937, no Rio de Janeiro, com a importação e revenda de produtos farmacêuticos. Em maio de 1943, a empresa transferiu-se para São Paulo, onde iniciou a produção brasileira dos seus primeiros medicamentos. No final da década, já dispunha de uma linha de 53 produtos em comercialização. Em seguida, a empresa lançou produtos provenientes de pesquisas próprias, incluindo-se farmacêuticos e hospitalares, entre estes, os anestésicos.

A empresa vive uma nova fase após a incorporação das operações mundiais de uma outra grande empresa do ramo farmacêutico, em fevereiro de 2001. Com mais de 1200 funcionários, a empresa concentrou sua produção, ou seja suas instalações industriais no Rio de Janeiro e a parte administrativa – o escritório central – em São Paulo, local onde foi realizada a pesquisa de campo.

7.2.1 As visitas à empresa farmacêutica X

A primeira visita

Para o agendamento da primeira visita às instalações da empresa farmacêutica X, na cidade de São Paulo, foram feitos contatos prévios, por

telefone, com o gerente do Departamento de Manutenção. Devido à distância e pelo fato da pesquisadora não possuir conhecidos na cidade, também foi agendado para o mesmo dia, um encontro com a arquiteta, participante da elaboração do projeto de reforma.

A primeira visita ocorreu em novembro de 2002. Nesse período, a reforma já havia sido iniciada e deparou-se com uma situação caracterizada pela existência de departamentos já reformados, outros em obras e alguns ainda não reformados. Este contexto foi muito interessante para a pesquisa, pois permitiu a observação, o conhecimento e o registro fotográfico das características do local de trabalho anterior às modificações propostas pelo projeto de reforma.

A pesquisadora foi muito bem recebida pelo gerente do Departamento de Manutenção, responsável pela parte de projetos da empresa. Nesse primeiro contato, houve uma conversa informal entre o gerente e a pesquisadora, a respeito das obras que estavam sendo realizadas, as razões da reforma e as expectativas da empresa. Para um primeiro reconhecimento da área (observação assistemática dos departamentos da empresa) o gerente de Manutenção apresentou à pesquisadora, o engenheiro, membro da equipe do escritório de arquitetura responsável pelo projeto da reforma, que permanecia na empresa acompanhando o andamento das obras.

O engenheiro acompanhou a pesquisadora por todos os departamentos da empresa, desde os que já haviam sido reformados até aqueles ainda não modificados. A partir da observação assistemática, realizada em todos os departamentos da empresa, foi possível selecionar quais seriam àqueles focados na observação sistemática.

Optou-se por realizar a pesquisa de campo em dois departamentos que se encontravam em momentos distintos em relação à reforma- o primeiro e o último departamentos reformados.

O primeiro departamento reformado teve as obras concluídas na semana em que a visita fora realizada e os usuários-trabalhadores estavam envolvidos com a mudança e organização do local de trabalho. Este departamento situa-se no bloco 3 e abriga as funções de divisão de diagnóstico (ADD). O ADD consiste em um outro segmento da empresa farmacêutica X, que trabalha com a venda, para laboratórios, de equipamentos de diagnósticos de exames. O escritório em São Paulo é apenas um representante, que realiza a venda dos equipamentos

produzidos na sede da empresa, nos EUA. Dessa forma, é como se neste bloco estivessem todos os departamentos necessários para o funcionamento deste outro segmento farmacêutico.

O outro departamento selecionado ainda não havia sido modificado. O que permitiu o conhecimento e registro fotográfico das condições do local de trabalho antes da reforma. Este departamento situa-se no bloco 1 e foi observado o pavimento que abriga as funções de marketing. A figura 7.1 ilustra a planta de situação da empresa farmacêutica X, com a identificação dos blocos estudados.



Figura 7.1 – Planta de situação da empresa

Considerou-se que nestas condições seria possível apreender, em dois momentos distintos, as expectativas e a percepção do usuário em relação às mudanças ambientais ocorridas em seu local de trabalho.

Após o reconhecimento da empresa, acompanhada pelo engenheiro responsável pela obra, a pesquisadora aplicou um questionário-piloto aos trabalhadores, abordando questões relacionadas à mudança das cores no local de trabalho. Foram aplicados 10 questionários aos trabalhadores de departamentos já reformados e outros 10 aos trabalhadores dos departamentos não reformados.

No final da tarde, na própria empresa, houve um encontro entre a pesquisadora e a arquiteta, responsável pelo projeto da reforma. Nesse primeiro encontro, o objetivo foi adquirir um conhecimento geral quanto aos conceitos e à forma de concepção do projeto. Por essa razão, realizou-se uma entrevista não estruturada, com um roteiro de tópicos e a entrevista foi registrada com um gravador. Os tópicos relacionavam questões referentes aos objetivos do projeto, ao processo de escolha das cores para os ambientes da empresa e opinião da arquiteta quanto à importância das cores nos locais de trabalho.

A segunda visita

A segunda visita à empresa farmacêutica X de São Paulo, ocorreu em setembro de 2003. Nesta visita a pesquisadora, com as técnicas definidas, recolheu todos os dados necessários para a pesquisa de campo. Foram realizadas entrevistas, aplicados questionários, realizadas medições físicas de iluminação e ruído e registro fotográfico dos ambientes internos de locais de trabalho e dos ambientes externos. Por essa razão a pesquisadora permaneceu na cidade de São Paulo, durante três dias.

Durante este período, a pesquisadora conseguiu permissão da empresa para ter livre acesso aos departamentos e realizar a aplicação dos questionários e o registro fotográfico. A pesquisadora chegava à empresa no início do turno da manhã (por volta das 8h) e encerrava a coleta de dados no fim do turno da tarde (por volta das 18h).

No primeiro dia, a pesquisadora coletou os dados no departamento do bloco 3 (ADD), aquele que foi reformado primeiro. A primeira atividade realizada foi a aplicação dos questionários aos usuários-trabalhadores. Neste departamento trabalham cerca de 38 funcionários, foram aplicados 26 questionários, destes 5 questionários foram anulados por não terem sido respondidas todas as questões apresentadas. Isto resultou um total de 21 questionários (55%) válidos para a análise dos dados. A pesquisadora entregou pessoalmente todos os questionários aos trabalhadores e enquanto eles respondiam eram feitas observações sistemáticas do posto de trabalho do indivíduo e registro fotográfico.

As observações focaram nos equipamentos de trabalho, tipos e cores dos objetos pessoais existentes no posto de trabalho. O registro fotográfico foi realizado com uma câmera digital cedida pela própria empresa.

Todos os funcionários foram solícitos em responder aos questionários e os que não podiam responder no momento, pediam que fosse apanhado mais tarde.

Após o término da aplicação dos questionários, a pesquisadora realizou medições físicas de iluminação e ruído, utilizando os aparelhos da empresa. Os valores encontrados para a iluminação e ruído estavam dentro dos limites estabelecidos, sendo de 300 a 750 lux e de 50 a 70 dB, respectivamente. (Anexo 1 e 2)

No segundo dia, foram coletados os dados no departamento de Marketing, localizado no primeiro pavimento do bloco 1. Este prédio foi o último a ser reformado e as obras haviam sido concluídas há 6 meses. Ao longo do primeiro pavimento, o departamento de marketing se subdivide em três outros departamentos: *primary care*, serviços e especialidade.

Primary Care, departamento responsável pelo marketing dos medicamentos que basicamente são encontrados nas farmácias (primeiros cuidados). Devendo atuar sobre as propagandas nas farmácias, colocar o produto no comércio e vender.

Serviços, departamento que fornece apoio a tudo ao que os outros departamentos precisam para realizar o seu marketing. Por exemplo, há uma parte responsável pela promoção do eventos, uma equipe de frotas, uma equipe de treinamento, entre outros serviços.

Especialidades, departamento responsável pelo marketing dos remédios que ainda têm patente e que só a empresa produz. Devendo atuar sobre os médicos e os especialistas.

Assim, como no outro departamento de divisão de diagnóstico (ADD), a primeira atividade realizada foi a aplicação dos questionários aos usuários-trabalhadores. O primeiro local a ser aplicado os questionários foi no sub-departamento de Especialidade. Foram aplicados 11 questionários, dos quais todos foram válidos (todas as questões foram respondidas). O segundo local foi o sub-departamento de Serviços. Foram aplicados 31 questionários, destes 4 foram anulados por não terem sido respondidas todas as questões apresentadas. Isto resultou um total de 27 questionários válidos para a análise. O sub-departamento

de Primary Care foi o último, onde ocorreu a aplicação dos questionários. Aplicou-se 10 questionários, sendo todos válidos. Resumindo, neste departamento trabalham cerca de 75 funcionários, foram aplicados 52 questionários, destes 4 questionários foram anulados, resultando num total de 48 questionários (64%) válidos para a análise dos dados.

A pesquisadora entregou pessoalmente todos os questionários aos trabalhadores e enquanto eles respondiam foram feitas observações sistemáticas do posto de trabalho do indivíduo e registros fotográficos. Também foram focados os mesmos aspectos da observação sistemática realizada no outro departamento (ADD).

O terceiro dia foi destinado às entrevistas, que foram realizadas com o gerente de Manutenção, com a arquiteta (participante da elaboração do projeto) e com o arquiteto, consultor e pesquisador em cores (com mestrado e doutorado na USP e pesquisas relativas à cor e percepção ambiental).

Com o gerente de manutenção realizou-se uma entrevista não estruturada, com roteiro de tópicos, objetivando conhecer as funções desempenhadas por cada um dos departamentos da empresa. Esta entrevista foi realizada na sala de trabalho do gerente e registrada com o uso de um gravador.

A entrevista com a arquiteta, também foi realizada na empresa e registrada com um gravador. Com o objetivo de obter um maior número de informações à respeito do conceito do projeto e do processo de concepção, foi realizada uma entrevista semi-estruturada, que enfocou nos tópicos relativos à experiência profissional, ergonomia, concepção de projetos de locais de trabalho e projeto de cores.

Uma entrevista, com estrutura semelhante à realizada com a arquiteta, foi aplicada ao arquiteto consultor e pesquisador em cores. A entrevista foi realizada na residência do entrevistado, que demonstrou cordialidade e grande interesse pelo trabalho que estava sendo desenvolvido. A partir das duas entrevistas, pretendeu-se realizar uma análise comparativa do processo de concepção entre um profissional consultor em projetos cromáticos e outro não, buscando destacar os métodos e técnicas aplicados por cada um na elaboração do projeto de cores para locais de trabalho. Os resultados destas entrevistas serviram de base para a estruturação do roteiro da entrevista realizada com os arquitetos.

7.30 Projeto de reforma

Conforme fora exposto, a empresa X, a partir de 2001, vive uma nova fase devido à incorporação das operações mundiais de uma outra grande empresa do ramo farmacêutico. Dessa forma, a empresa X pretendeu, que esta nova fase, também se refletisse nas instalações que abrigavam o escritório central, em São Paulo.

Antes da reforma, o arranjo físico do local de trabalho se baseava na distribuição de salas fechadas por divisórias semi-envidraçadas, pertencentes aos gerentes, ao redor de um grande salão central. Os demais funcionários do *staff* ocupavam o centro desse grande salão e as estações de trabalho eram baias abertas com algumas divisórias altas. Por essa razão, existia uma segmentação visual e em alguns departamentos não era possível perceber visualmente todo o espaço. Esta segmentação era reforçada pela altura dos armários de arquivos, que se localizavam próximos às estações de trabalho e eram mais altos que as divisórias.

Segundo informações fornecidas pela arquiteta, a disposição dos departamentos era confusa, percebia-se que em um mesmo espaço, não havia muita coerência quanto à proximidade das funções e nem uma segmentação por seções de departamentos. A arquiteta coloca que “...uma das preocupações foi tentar em cima de muitas reuniões com todos os gerentes e diretores agrupá-los da melhor maneira”.

A aparência geral do ambiente de trabalho não era agradável e condizente aos padrões dos escritórios atuais. Como muitos usuários-trabalhadores comentaram, seu local de trabalho era semelhante à de uma repartição pública, por possuir móveis antigos em madeira cerejeira, divisórias na cor bege, Na primeira visita realizada à empresa, percebeu-se que os trabalhadores não estavam satisfeitos com a aparência geral de seu local de trabalho, queixavam-se do arranjo físico desorganizado, dos móveis com uma aparência estética antiga, que deixavam o ambiente “feito”, cores frias – cinza e branco.

Conforme pode ser verificado, nas imagens dos locais de trabalho anteriores à reforma, eram usados os seguintes materiais de acabamentos: divisórias revestidas em laminado melamínico na cor bege com estrutura na cor preto, paredes, colunas e teto na cor branco gelo, piso revestido em carpete na cor cinza escuro, cadeiras estofadas na cor vinho, algumas mesas eram revestidas em

laminado melamínico na cor bege, outras em laminado madeira tipo cerejeira. Os armários de arquivos eram revestidos em laminado madeira tipo cerejeira.

A figura 7.2 ilustra o departamento de marketing antes de ser reformado.



Figura 7.2 – Departamento de marketing, antes da reforma

Verificou-se que nestes locais de trabalho não existia nenhuma preocupação com os aspectos cromáticos do ambiente, tanto em termos estéticos, quanto funcionais.

O projeto de reforma implantado na sede administrativa da empresa X foi selecionado a partir de uma concorrência entre vários escritórios de arquitetura. O projeto ganhador, conforme declarações da arquiteta, integrante da equipe responsável pela elaboração da proposta, deveria refletir a nova imagem que a empresa desejava transmitir aos seus funcionários e clientes. Desejava-se um visual mais moderno para a empresa e uma maior sinergia entre os departamentos e seus funcionários. Dessa forma, a elaboração do projeto se baseou em novos conceitos, que resultaram em um ambiente de local de trabalho completamente diferente do existente.

Em termos de arranjo físico, como o objetivo foi promover maior interação e sinergia entre os departamentos, adotou-se o layout em planta livre, onde as salas fechadas foram substituídas por divisórias semi-envidraçadas destinadas aos

gerentes. Os únicos ambientes que permaneceram fechados no espaço foram as salas dos diretores e salas de reunião. Dessa forma, gerentes e funcionários do *staff* compartilhavam um mesmo espaço e não existia mais a barreira física das portas e divisórias.

Procurou-se promover um ambiente mais aberto através do uso de estações de trabalho com divisórias baixas e divisórias com vidro. Nesse novo arranjo físico, também atentou-se para o agrupamento das funções que inter-relacionavam-se, buscando uma disposição para as sessões dos departamentos que facilitassem o desempenho das atividades e o fluxo das informações.

Isto foi constatado nos dois departamentos focados na observação sistemática. No departamento de divisão de diagnóstico (ADD), conforme o arranjo físico ilustrado na figura 7.3, verifica-se que em um mesmo espaço aberto foram distribuídos todos os setores que compõe o ADD.

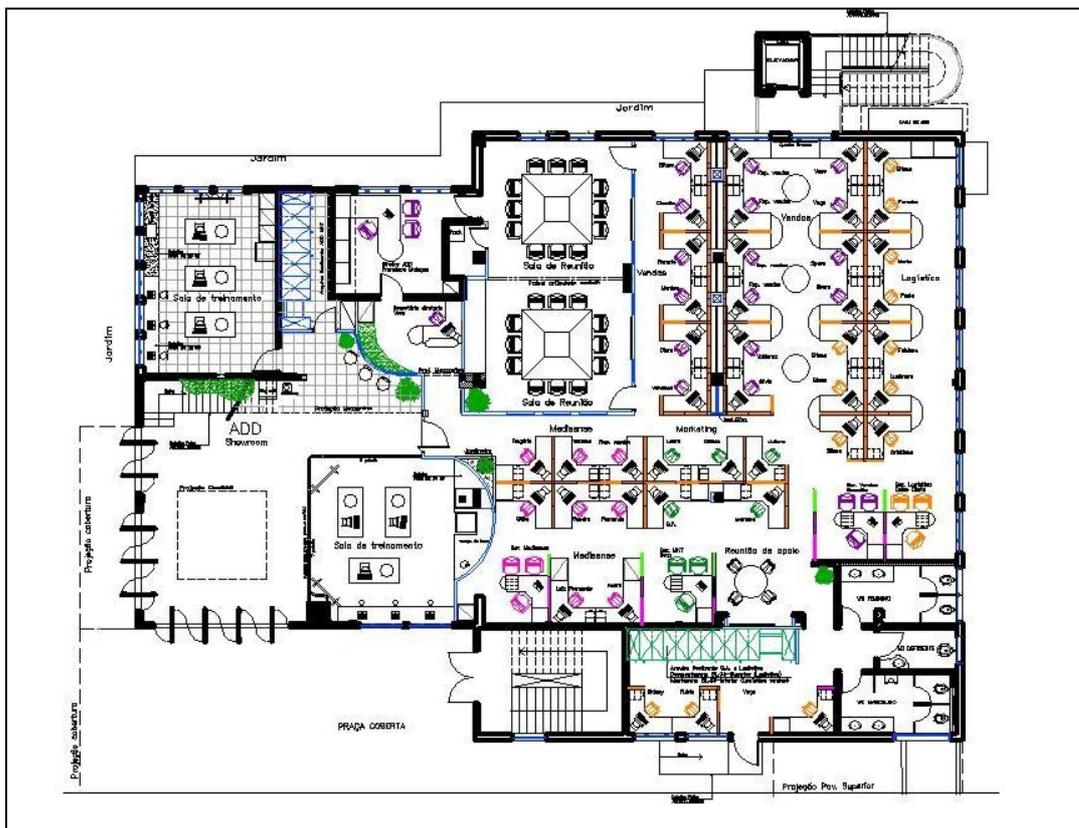


Figura 7.3 - Arranjo físico do departamento ADD / bloco 3

No departamento de marketing, situado no bloco 1, verificou-se que na primeira visita não foi possível apreender a existência de três sessões do marketing em um mesmo espaço. Na segunda visita esta segmentação era visualmente perceptível e a sinalização adotada reforçava esta segmentação. Ao se

analisar a planta baixa de layout do pavimento (figura 7.4), também é possível perceber a divisão entre as sessões.



Figura 7.4 – Arranjo físico do departamento de Marketing / bloco 1

A aparência geral do local de trabalho foi totalmente alterada e se obteve um ambiente mais moderno e agradável. Foram especificados novos revestimentos e novas cores de acabamentos para piso, parede e teto. A reforma contemplou a substituição do mobiliário, foram adquiridas novas mesas de trabalho revestidas com laminado melamínico na cor argila. As cadeiras existentes foram reformadas e estofadas em tecido Lady, padrão Lã Grandis, nas cores – 667 dark green e 695 nite green (tom de verde). Algumas divisórias foram revestidas com laminado melamínico na cor argila e outras em tecido Huttelfa, na cor: 1205 dune (tom de verde). Para o revestimento de piso utilizou-se o um carpete 100% nylon, da marca Miliken, linha Quattra, cor blue print (tons de azul marinho, verde e cinza)¹. Neste novo local de trabalho percebeu-se, a existência de uma preocupação com as cores do ambiente. Na maior parte das paredes foi usada a cor branco barbante (ref:9175), em outros pontos usou-se um azul marinho (ref:7981) e em outros acabamento em textura terracor nas cores verde (ref:860 – Originale) e branco barbante (ref:9175 – Originale).

Alterou-se também toda a parte de forro e piso dos ambientes. Acompanhando as exigências do mercado, em termos de flexibilidade para

modificações sem grandes transtornos, foram utilizados forro modulado, piso elevado e carpete em placas.

Segundo a arquiteta houve uma preocupação com o conforto ambiental, nos aspectos lumínico e acústico. Foi implantado um projeto luminotécnico, que previu cerca de 500lux por mesa de trabalho e uso de carpete e revestimento em tecido das divisórias para uma melhor acústica do ambiente.

As fotos abaixo, ilustram o departamento ADD reformado.

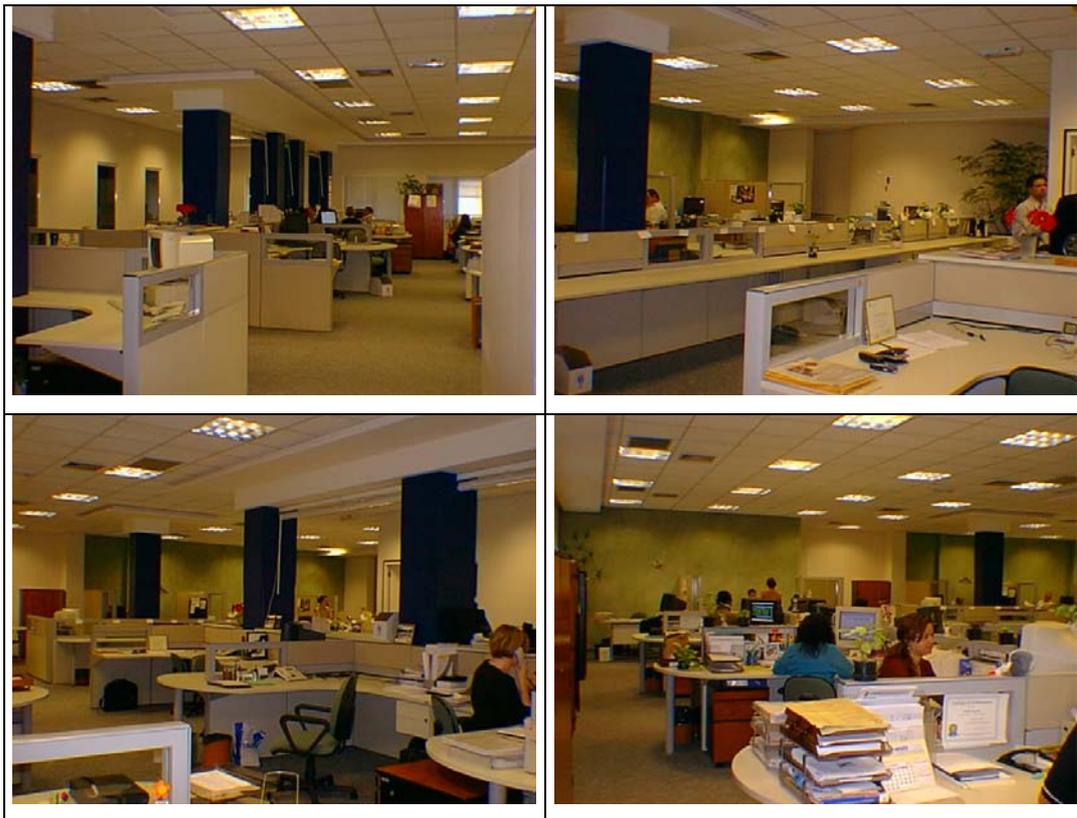


Figura 7.5 – Departamento ADD

As fotos abaixo, ilustram cada uma das sessões do departamento de Marketing reformado.

¹ As especificações dos materiais foram fornecidas pelo escritório de arquitetura, responsável pela elaboração do projeto de reforma.



Figura 7.6- Setor *Primary Care* (Dep. Marketing) reformado



Figura 7.7 - Setor Serviço (Dep. Marketing) reformado



Figura 7.8 – Setor Especialidade (Dep. Marketing) reformado

Quanto aos dados para a elaboração do projeto de reforma, estes a princípio foram fornecidos pela presidência da empresa, pois o projeto participou de um edital de licitação. Após a concorrência ter sido ganha, a arquiteta relatou que foram realizadas várias reuniões com os diretores e gerentes de cada área para discussões e acertos sobre o arranjo físico do projeto pré-elaborado.

A parte externa da empresa X também sofreu alterações, as fachadas de todos os blocos foram modificadas, adotando um novo partido arquitetônico, com o uso de acabamentos modernos e sofisticados, as circulações e jardins também foram contemplados. As fotos abaixo, ilustram as antigas e as novas fachadas das edificações da empresa farmacêutica X.



Figura 7.9– Fachada das edificações, antes e depois da reforma

7.4 Considerações finais do capítulo

Devido à nova fase vivida pela empresa farmacêutica X, surgiu a necessidade de que esta realidade se refletisse na imagem corporativa de empresa, ou seja, surge a demanda de mudanças de ordem física e ambiental nas suas edificações. Durante a pesquisa, foi possível conhecer os espaços de locais de trabalho anteriores à reforma, sua ambiência geral não era condizente aos parâmetros de um escritório moderno. Com a reforma, surge um novo espaço, com alterações de arranjo físico e fatores ambientais. De um modo geral os usuários-trabalhadores revelaram-se satisfeitos com as alterações implementadas, mas com o objetivo de realizar uma análise mais detalhada quanto à estas impressões, o próximo capítulo se destina a apresentar o resultado do questionário aplicado aos usuários-trabalhadores.