

## DESENVOLVIMENTO DE PROPOSTA METODOLÓGICA PARA IDENTIFICAÇÃO DE ASPECTOS CULTURAIS DOS USUÁRIOS EM AMBIENTES DE ESCRITÓRIOS.

**Brasileiro, Alice (1); Duarte, Cristiane Rose (2); Rheingantz, Paulo Afonso (3)**

(1) PROARQ – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – UFRJ, Brasil – email: [alicebrasileiro@ufrj.br](mailto:alicebrasileiro@ufrj.br)

(2) PROARQ – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – UFRJ, Brasil – email: [crduarte@ufrj.br](mailto:crduarte@ufrj.br)

(3) PROARQ – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – UFRJ, Brasil – email: [par@ufrj.br](mailto:par@ufrj.br)

### RESUMO

O artigo mostra o processo de construção de uma proposta metodológica que permite identificar aspectos culturais dos usuários em ambientes de escritórios. Utilizando principalmente métodos próprios da antropologia, a pesquisa indicou ser possível identificar nos ambientes e na dinâmica de seu uso os citados aspectos, por meio de indicadores que apontam para determinadas dimensões culturais, tais como *poder, coletivismo, controle de incertezas e delimitação de territórios*. A identificação de parâmetros de ordem cultural pode contribuir para enriquecer as Avaliações Pós-Ocupação de escritórios. Bons resultados em avaliações do ambiente construído têm sido obtidos através da APO, consagrada metodologia de análise dos ambientes que leva em consideração fatores de ordem técnica, funcional e comportamental, com maior predominância e relevância dos dois primeiros. Contudo, em relação aos fatores comportamentais, as pesquisas e trabalhos existentes ainda não se equiparam em número e profundidade de abordagem aos demais, deixando uma lacuna em aberto, sobretudo porque normalmente não são considerados os aspectos culturais dos usuários na análise. Ao ocupar uma obra arquitetônica, o Homem apropria-se de seus espaços e desenvolve com ela uma relação identitária. Por isso, é fato que a avaliação que se faz de um ambiente pode mudar consideravelmente, dependendo dos aspectos culturais provenientes do seu usuário. Entendemos que as metodologias de avaliação poderiam ter seus resultados ampliados, se nelas fossem incluídos parâmetros de ordem cultural, convergindo, por meio da interdisciplinaridade, para um resultado mais completo. A pesquisa de campo desenvolvida durou um ano, analisando como os ocupantes de escritórios utilizavam seus ambientes. Esta pesquisa embasou a construção da proposta metodológica, cujo fio condutor é a observação de cunho etnográfico. Dessa forma, pretendemos aprofundar e ampliar o alcance das análises feitas em APOs de escritórios.

Palavras-chave: análise cultural, escritórios, etnografia, dimensões culturais

### ABSTRACT

The article shows the process of construction of a methodological proposal that allows identifying cultural aspects of the users in offices. Mainly using proper methods of the anthropology, the research indicated to be possible to identify in the offices the mentioned aspects, using indicators that point for certain cultural dimensions, such as hierarchy; collective bounds; control of uncertainty; territory limits. The identification of parameters of cultural order can contribute to enrich the Post-Evaluation Occupation of offices. When occupying an architectural space, the Man appropriates of it and develops a relationship of identity. Therefore, it is fact that the evaluation can change considerably, depending on the cultural aspects from its user. We understand that the evaluation methodologies could have its extended results, if we consider parameters of cultural order, converging to a more complete result. The field research lasted one year, analyzing how the occupants of offices used its environments. This research based the construction of the methodological proposal, whose main conductor is the ethnographic aspect. In that way, we intended to deepen and to enlarge the reach of the analyses done in offices.

Keywords: cultural assessment, offices, ethnography, cultural dimensions.

## 1 INTRODUÇÃO

A pesquisa que serve de embasamento ao presente artigo (BRASILEIRO, 2007) busca contribuir para o enriquecimento das metodologias de avaliação do ambiente construído, por meio da inserção de elementos de ordem cultural nas avaliações. Ao analisar um ambiente sob a ótica de aspectos culturais, vemos que cada cultura se relaciona com os espaços de uma forma própria, e lhes atribui valores que são exclusivos dela. Segundo Schein (1992), por exemplo, a maioria das culturas tem regras bastante claras sobre como definir espaço pessoal e íntimo, pelo uso de uma variedade de indicações como divisões, paredes, barreiras sonoras, contato visual, posição do corpo e outros mecanismos pessoais para sinalizar respeito pela privacidade dos outros.

Desse modo, entendemos que o ambiente construído, como obra arquitetônica na qual se constitui, reflete as características culturais da sociedade que o produziu, mas mais do que isso, o ambiente construído também pode ser considerado como um reflexo cultural daqueles que o utilizam. Como nos afirma Hall (1994), o espaço é como uma linguagem silenciosa, que transmite informações a respeito de seus ocupantes. Por isso, é fato que a avaliação que se faz de um ambiente pode mudar consideravelmente, dependendo dos aspectos culturais provenientes do seu usuário. Entendemos que as metodologias de avaliação poderiam ter seus resultados ampliados, se nelas fossem incluídos parâmetros de ordem cultural, convergindo, por meio da interdisciplinaridade, para um resultado mais completo. Assim, o objetivo geral da pesquisa que deu origem ao presente artigo é a construção de uma proposta metodológica que permita identificar nos ambientes de escritórios alguns aspectos culturais de seus usuários, e é o processo dessa construção que será abordado no presente trabalho. Em sua forma final de pesquisa, a proposta apresenta um método principal, a **observação**, e os seguintes métodos complementares: **croquis de campo, entrevistas informais, questionários, Poema dos Desejos, mapeamento territorial e análise das redes sociais**. Contudo, cabe ressaltar que a elaboração da proposta demandou um período de intensa e constante pesquisa e prospecção em campo; todo o processo contou com distintas etapas e resultou num extenso material<sup>1</sup> que será aqui apresentado de forma mais abreviada, como convém a um artigo de reduzidas dimensões.

### 1.1 A pesquisa de dimensões culturais

Para atingir o objetivo geral, a pesquisa contou inicialmente com os estudos teóricos em área interdisciplinar, tanto sobre fundamentos da arquitetura, como também psicologia ambiental, antropologia e administração. Por meio do estudo de autores diversos, como Hofstede (1997, 2001), Hall (1977, 1994), Trompenaars (1994), Fischer (1994) e Sommer (1973), entre outros, foram estabelecidas as dimensões que pudessem ser adequadas à análise de ambientes de trabalho (escritórios), que resumidamente, podem ser assim descritas:

- *Hierarquia* – demonstra como as relações de poder existentes na organização podem ser vistas no espaço.
- *Controle de incertezas* – é uma sensação subjetiva, de inquietude, frente a situações incertas, não previstas, as quais as pessoas tentam, por meio de mecanismos próprios, se resguardar para evitar que aconteçam.
- *Coletivismo* – revela o nível de envolvimento entre as pessoas; se aquele grupo pode ser considerado um “corpo social” ou se é apenas o conjunto de vários indivíduos.
- *Delimitação de territórios* – mostra como ocorrem as diversas formas de estabelecer limites de territórios dentro da organização, sejam eles de uso individual ou de um grupo, coletivamente.

## 2 A CONSTRUÇÃO DA PROPOSTA

### 2.1 Primeiras definições

Após os estudos teóricos, compreendemos que a proposta metodológica deveria ser baseada principalmente na observação discreta (COSNIER, 2001) ou passiva (SPRADLEY, 1980) do ambiente e das atividades nele desenvolvidas. A opção pela observação como método principal da proposta justifica-se porque, para se chegar à compreensão do significado de dimensões culturais, tanto os métodos normalmente utilizados nas avaliações ambientais quanto nas pesquisas sociais<sup>2</sup> não dão conta

<sup>1</sup> Todo o material se encontra disponível em BRASILEIRO, 2007.

<sup>2</sup> Interface na qual a nossa própria pesquisa está situada.

da real dimensão do significado procurado. Assim, a observação, paciente e tão constante quanto possível, nos moldes de uma observação etnográfica, busca no ambiente e na sua dinâmica de uso, as dimensões culturais estabelecidas. A adoção de um viés etnográfico na observação se faz necessária pelo fato de que a análise feita é de cunho essencialmente qualitativo, necessário para alcançarmos resultados mais representativos de como as subjetividades dos grupos de usuários podem estar refletidas no ambiente (DUARTE, 1993). Contudo, o uso da observação unicamente não é suficiente para obtermos as respostas buscadas na pesquisa. É necessário utilizar métodos que complementem o que foi observado, como forma de ratificar e/ou questionar o material então coletado. Por esse motivo, fazem parte da proposta os métodos complementares elencados anteriormente, embora caiba aqui registrar que, inicialmente, a intenção era utilizar apenas três deles: croquis de campo, mapeamento territorial e Poema dos Desejos.

## 2.2 Os escritórios estudados

Desenvolvemos nossa pesquisa de campo em três escritórios, que aqui serão denominados Alfa, Beta e Gama. Alfa é uma empresa de seguros, situada na cidade do Rio de Janeiro; Beta e Gama são repartições públicas de uma prefeitura fluminense. A diversidade de ramos de negócio e de gestões contribuiu tanto para a ampliação do leque de dinâmicas e usos observados, quanto para a constatação de que certas características de fundo cultural se mantêm, mesmo em escritórios em princípio tão diferentes entre si.

Inicialmente, a pesquisa de campo e consequente construção da proposta metodológica foram realizadas concomitantemente em dois escritórios (Alfa e Beta). Após algum tempo, a proposta pôde ser reavaliada e foi passando por algumas modificações, fruto dos resultados que estavam sendo obtidos. Como nossas pesquisas de campo foram desenvolvidas simultaneamente nas duas empresas, uma do setor privado e outra do setor público, pudemos verificar até que ponto determinada estratégia funcionava produzindo respostas ou não, em uma sistemática que era retro-alimentada à medida que a coleta de informações em campo progredia. Quando começamos a pesquisa no terceiro escritório, uma empresa também do setor público, a proposta pôde ser testada após as transformações, chegando à conformação apresentada como o resultado da pesquisa, embora consideremos que o assunto sobre a análise cultural não se encerra (e nem poderia) em nosso estudo, representando um campo extremamente fértil para pesquisas posteriores.

## 2.3 A pesquisa em campo

### 2.3.1 A observação

Nossa pesquisa de campo iniciou-se na empresa Alfa. Para observar é necessário transpor algumas dificuldades, e a primeira delas é a estranheza que a presença do observador causa no ambiente (entenda-se nas pessoas). A esse respeito, Edgerton e Langness (1974, p.32), nos afirmam que

os seres humanos têm uma habilidade impressionante de supor o que os cientistas sociais querem deles e alteram seu comportamento para agradar, confundir ou enganar aqueles que têm a audácia de ‘estudá-los’ (...). Mas nenhuma técnica tem se mostrado tão eficaz a esse respeito quanto a observação participante<sup>3</sup> prolongada<sup>4</sup>.

É pela constante permanência do observador no ambiente que sua presença vai deixando de ser estranhada (ou mesmo notada) pelos usuários (SOMMER, 1973; EDGERTON; LANGNESS, 1974; GEERTZ, 1989), deixando assim de representar um obstáculo à naturalidade dos eventos que ali se desenvolvem. Todo esse processo ocorre no período de tempo que chamamos de **impregnação** (COSNIER, 2001), que é um período no qual o pesquisador permanece no ambiente apenas observando e fazendo anotações, familiarizando-se e permitindo que o ambiente também se “familiarize” com a sua presença. A duração desta fase depende do observador, mas também da complexidade do ambiente, entendida aqui como o conjunto de interações existentes no local, função direta da quantidade de pessoas que o utilizam simultaneamente, o que torna mais difícil e demorada a imersão do pesquisador.

Assim como relatado em diversas etnografias, verificamos que um dos instrumentos que fornecem suporte à observação é o caderno de campo, que pode ser um caderno propriamente dito ou mesmo um laptop; é o local onde são feitas as anotações e o registro dos dados que chamam a atenção na dinâmica do ambiente, muito semelhante e inspirado no caderno de campo de uma observação

<sup>3</sup> Muito embora os autores estejam considerando uma *observação participante*, na realidade são descritas várias situações em que não há efetiva *participação* do observador; apenas a *observação* em si.

<sup>4</sup> Tradução livre da autora.

etnográfica, feita pelos antropólogos<sup>5</sup>. As anotações são feitas à medida que os fatos são observados, para que não sejam esquecidos posteriormente. Além disso, é também no caderno de campo que o pesquisador anota suas próprias emoções; o relato é feito não apenas do que é visto, mas também do que é sentido, para que depois as anotações possam ser relidas, pensadas e analisadas. Em uma metodologia de cunho subjetivo como é a observação, não há como manter uma posição de neutralidade em relação ao que está sendo observado, nem tampouco substituir “impunemente” um observador pelo outro. A observação etnográfica leva em consideração, mesmo que involuntariamente, o olhar e o contexto pessoal de quem está observando. Por isso, a consciência das próprias emoções<sup>6</sup>, bem como as referências a elas, no caderno de campo, tornam-se um importante referencial na pesquisa, porque facilitam as análises posteriores do material coletado.

Além do caderno de campo, as fotografias também se mostram úteis para auxiliar a observação. As primeiras fotografias do ambiente começaram a ser feitas a partir do segundo dia em campo. Juntamente com a observação (que permeia todas as fases da pesquisa), a produção de fotografias igualmente se estende pelo mesmo período, e se constitui em um importante material. As fotografias são úteis não só como registros em si mesmas, mas também como “olhos do pesquisador”, que captam detalhes nem sempre percebidos à primeira vista, “a olho nu”, algumas vezes pela falta de percepção propriamente e em outras vezes pela falta de oportunidade ou conveniência do pesquisador permanecer mais do que 10 ou 20 segundos com o olhar preso a uma única situação.

Passada a fase de impregnação, o pesquisador começa a ter uma maior compreensão do que acontece à sua volta. É quando a observação entra em sua 2<sup>a</sup> fase, que denominamos simplesmente de **observação paciente e constante**. Não há um momento específico para isso, e essa é uma apreensão que cada pesquisador, em cada ambiente, irá adquirir de uma maneira peculiar. Portanto, fazendo parte desse processo, pudemos perceber após dois meses, algumas mudanças sendo inevitavelmente introduzidas em nossa proposta metodológica. Pudemos constatar que as primeiras observações continham muito mais anotações sem utilidade posterior do que as realizadas após um certo tempo. Assim, verificamos que **as anotações estavam ficando mais consistentes**.

Nossa pesquisa mostrou alguns pontos e situações específicas recorrentes, que revelavam as dimensões culturais. Essas recorrências podem ser consideradas como indicadores, que auxiliaram a configurar uma **sistematização da observação**, servindo muitas vezes um mesmo indicador a mais de uma dimensão simultaneamente. O levantamento dos indicadores foi elaborado a partir da própria observação, como se fosse um mapeamento. Ao final de cada dia de trabalho, ao reler nossas anotações no caderno de campo, fomos sinalizando quais itens indicavam a existência de uma ou mais dimensões, e ao listar todos juntos, com o material produzido em vários dias de observação, foi possível começar a perceber a citada recorrência de alguns deles. Os indicadores não constituem propriamente um roteiro de observação; são o resultado da imersão que o pesquisador faz no ambiente. Portanto, cada indicador anotado não produz simplesmente um “sim” ou “não”, mas respostas extensas, que devem esclarecer determinada situação no ambiente pesquisado. Em outras palavras, **os indicadores mapeados auxiliam na análise que é feita a partir da observação**; nossa pesquisa nos fez compreender que não representa um avanço significativo o pesquisador ir a campo com uma lista de itens a serem observados e se concentrar em um por vez. A listagem rígida faz o pesquisador não perceber importantes acontecimentos que não deixam de ocorrer só porque ele não os está observando; essa sistematização proposta não se apresenta, portanto, limitada como se fosse um “check list”, que uma vez cumprido indicaria a observação também estar encerrada. Muito ao contrário, é a partir dela que outros questionamentos poderão surgir, evidenciando a necessidade dos métodos complementares e talvez a inserção de novas dimensões descobertas no ambiente pesquisado. Dessa forma, os indicadores cumprem o papel que seu próprio nome sugere: eles **são elementos indicadores de situações e sinais** que são úteis ao serem levados em consideração na observação, como forma de descobrir rebatimentos espaciais das dimensões culturais. Os indicadores obtidos pela observação de situações recorrentes em nossa pesquisa de campo foram:

Acesso / Mobiliário / Fluxos / Permuta de equipamentos / Reprodução de músicas / Locais de socialização / Distância entre as pessoas / Símbolos coletivos / Interações entre as pessoas /

---

<sup>5</sup> Ver, por exemplo, Spradley, 1980, p.69 et.seq.

<sup>6</sup> Também adotada pela abordagem atuacionista (RHEINGANTZ, 2004).

Personalização / Posicionamento de objetos pessoais / Existência de grupos / Alcance visual entre superior e subordinados / Exposição de normas e avisos / Demonstração de cuidados com o ambiente.

Apesar destes indicadores terem se revelado recorrentes nos três escritórios estudados (o que sinaliza uma certa perenidade na sua existência), existe a possibilidade de que outros estudos de caso produzam outros indicadores. Os resultados da pesquisa apontam para a importância de efetuar as análises finais e conclusões em função do todo – da observação de todos os indicadores e do resultado que juntos eles produzem, bem como das informações obtidas por meio dos outros métodos também.

### 2.3.2 *Croquis de campo*

Este método complementar consiste em um produto gráfico da observação, constituído de desenhos arquitetônicos, croquis e esquemas. Para uso em nossa pesquisa, nos baseamos inicialmente nos trabalhos de Cosnier (2001) e Oliveira Filho; Duarte; Santos (2002). Este estudo gráfico contribui para a descrição espacial dos eventos e sua verificação física no ambiente. Sua elaboração em campo pode ser considerada tanto como uma ferramenta de observação ou como uma ferramenta de análise, para possibilitar uma melhor compreensão ou até mesmo a comparação de uma situação com outra. Podem ser utilizadas cores, para facilitar a emersão de características que lhes sejam próprias, tais como concentrações de uso, aspectos funcionais, fluxos e zonas de conflitos espaciais (Figura 1).

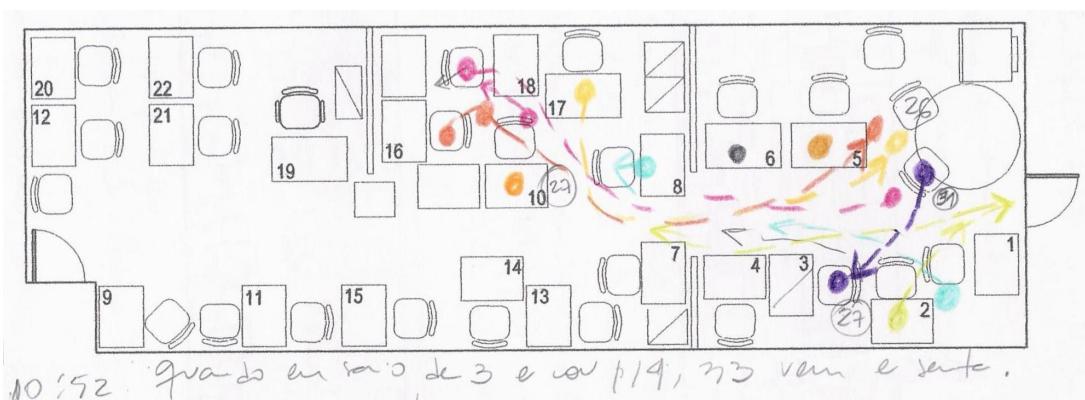


Fig. 1 – Fluxos ocorridos em um determinado instante, num dos escritórios. Cada cor corresponde a uma pessoa, as paradas que faz e o sentido de seu deslocamento.

### 2.3.3 *Entrevistas informais*

À medida que a observação prossegue, surgem lacunas que ela somente não responde, por isso utilizamos os métodos complementares, necessários para a condução da pesquisa. De forma não-programada por nós, a pesquisa mostrou que conversas informais com usuários, às vezes até na hora de um “cafezinho”, forneciam informações valiosas, e assim optamos por fazer deste mais um método complementar de pesquisa, as “**entrevistas informais**”.

Concordamos com Spradley (1980), quando afirma que uma das mudanças ocorridas durante a pesquisa de campo é ser o pesquisador reconhecido pelas pessoas que fazem parte daquela situação social, havendo assim oportunidade para existir uma interação mais intensa entre as duas partes; também concordamos com Edgerton e Langness (1974), que preconizam que em um método de cunho etnográfico, uma entrevista formal freqüentemente faz as pessoas sentirem-se tensas, rígidas, ao passo que em uma conversa descontraída, sentem-se mais desprendidas para falar e conversar. No entanto, segundo estes mesmos autores, as entrevistas informais possuem um ponto fraco, por não poderem ser sistemáticas ou confrontadas por outros pesquisadores, mas entendemos ser sua complementaridade essencial para o preenchimento de parte das lacunas deixadas pela observação, principalmente porque no ambiente de trabalho, um dos maiores problemas que o pesquisador enfrenta é o receio, por parte dos funcionários, de que alguma das informações fornecidas possa ser utilizada contra eles, e durante uma conversa informal, esse receio tende a diminuir<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Sobre as **entrevistas informais**, incorporadas em nossa proposta metodológica, podemos compará-las às entrevistas “não estruturadas”, classificadas por Frucci in Ornstein et. al. (1995) como aquelas em que o interlocutor é incentivado a falar livremente sobre hipóteses que o pesquisador deseja verificar.

### 2.3.4 Questionários<sup>8</sup>

Nossa pesquisa mostrou que há questões que são mais bem respondidas pelos usuários quando estes têm tempo e/ou privacidade para responder, como por exemplo, enumerar os pontos negativos do ambiente. Assim, mesmo com as entrevistas informais, permanecem questões a serem respondidas, normalmente aquelas em que os funcionários se sentem constrangidos ao dar a resposta, porque pode envolver uma crítica aos colegas ou ao ambiente de trabalho, e por extensão, ao seu empregador. Verificamos que se for aberta a possibilidade para que as pessoas respondam às perguntas garantindo o seu anonimato, a chance de obter respostas verdadeiras é significativamente maior. Por isso, esse fator foi determinante para que os questionários fossem utilizados.

Geralmente, a forma mais clássica de aplicação é distribuir um questionário em papel para ser respondido sem a identificação do respondente. No entanto, a menos que seja uma estrutura com respostas de múltipla escolha (o que deve ser evitado, pois limita o universo de respostas), os usuários ainda permanecem receosos de ter sua caligrafia reconhecida. A opção existente é utilizar mecanismos digitais de respostas (como foi feito na empresa Alfa); no entanto, nem sempre esse fato é possível, pelo acesso restrito a computadores em determinados locais, como era o caso das empresas Beta e Gama, na época em que foi aplicado o questionário. Na empresa Alfa, onde cada funcionário possuía um computador para seu uso exclusivo, pudemos adotar os questionários digitais, eliminando, assim, o problema de reconhecimento da caligrafia<sup>9</sup>. A opção escolhida por nós foi a disponibilização de um disquete para cada um dos funcionários. Ao receber o disquete, ele pôde abrir o arquivo e emitir suas opiniões, devolvendo-o posteriormente ao pesquisador. Contudo, é importante que os disquetes sejam pegos pelos próprios usuários em uma caixa que contenha vários deles, todos rigorosamente iguais, para evitar a suspeita de que haja “disquetes marcados” para cada pessoa. Pelo mesmo motivo, ao devolver o disquete, deve ser permitido ao usuário que ele próprio o coloque de volta na caixa, para evitar eventuais argumentos de que o pesquisador guardou especificamente um disquete “por trás de todos os outros”, ou “na parte de cima da pilha”. Esse procedimento, quando aplicado, garante 100% de anonimato, mas não de retorno de respostas. Nada impede que um usuário simplesmente devolva o disquete sem nenhuma pergunta respondida, como aconteceu em uma ocasião durante a nossa pesquisa.

Com o uso de questionários pudemos obter, de forma direta, respostas às perguntas sobre os sentimentos das pessoas em relação ao seu local de trabalho. O objetivo era confrontar essas respostas diretas com o que vinha sendo observado, em relação aos locais mais e menos apropriados pelas pessoas; os mais e menos quistos; o que desagradava às pessoas no local de trabalho; o que eles mudariam, se lhes fosse dada a oportunidade, dentre outras. Dessa forma, foi possível perceber que alguns comportamentos e tendências de uso dos ambientes eram praticados, embora nem sempre de forma declarada ou consciente. Além disso, a pesquisa mostrou que várias opiniões conflitantes com colegas ou com as chefias só foram emitidas neste método, justamente pela sua forma anônima de respostas.

### 2.3.5 Poema dos Desejos<sup>10</sup>

Para complementar nossa busca, foi necessário utilizar uma ferramenta de caráter aberto e exploratório, que permitisse livre expressão dos usuários, tal como se apresenta o Poema dos Desejos (SANOFF, 2001). Tradicionalmente, é uma ferramenta utilizada para descobrir como o corpo de usuários gostaria que fosse o ambiente em questão (e tem se mostrado bastante frutífera<sup>64</sup>), mas no caso específico de nossa pesquisa, ele também foi utilizado como auxiliar na descoberta das dimensões culturais presentes no ambiente, sinalizando pontos nos quais a observação devia ser intensificada, como por exemplo, a resposta a seguir: *“Tivesse o valor e o reconhecimento que ele realmente merece, muitas vezes somos válvulas de escape para problemas que nem sempre tem a ver com nosso setor e, quando tem, a culpa*

<sup>8</sup> Os questionários foram elaborados a partir das pesquisas de campo efetuadas no grupo ProLugar, do PROARQ-FAU-UFRJ. As pesquisas utilizadas como base para a montagem de nossos questionários foram as de Abrantes (2004), Simões (2005), Faria (2005), Alvarenga (2005) e Rodrigues (2005).

<sup>9</sup> Uma das saídas que pode ser adotada é o preparo de uma *home-page* com um formulário eletrônico, ao qual as pessoas possam ter acesso e responder às perguntas, nos moldes dos que foram utilizados por Alvarenga (2005) e Faria (2005).

<sup>10</sup> Apesar de sabermos das limitações que poderiam existir, optamos por aplicar o Poema dos Desejos como uma pergunta do questionário, para reduzir o número de abordagens feitas aos usuários.

<sup>64</sup> Vide os resultados obtidos por SIMÕES, 2005; FARIA, 2005; ALVARENGA, 2005; RODRIGUES, 2005; ABRANTES, 2004; BRASILEIRO, DEZAN, RHEINGANTZ e DUARTE, 2004.

*geralmente não é nossa. Trabalhamos com mais de 120 corretoras e não recebemos nenhuma reclamação faz algum tempo, mas parece que sempre arranjam um jeito de reclamar da gente...!"*

A partir de respostas como esta, podíamos ter sinais para focar a atenção em pontos como o relacionamento com as chefias, por exemplo, o que por sua vez, contribuía para a descoberta da dimensão *Hierarquia*. Com a aplicação do Poema dos Desejos, por menos que algumas respostas tivessem um caráter ambiental, esclareciam pontos como esse, de insatisfação profissional. Como reflexo espacial dessa resposta, era observável, em alguns setores, a pouca interação entre chefia e subordinados, o que por sua vez, tornava a sala “grande” para os poucos fluxos e deslocamentos ocorridos (como comparação, víamos que em outros setores e em outros escritórios analisados, os fluxos e deslocamentos eram causados não só por necessidades profissionais, mas também por interações sociais, como pudemos averiguar com a análise das redes sociais, a ser visto posteriormente).

### 2.3.6 Mapeamento territorial

Inspirado nos métodos visuais indicados por Thorne (1995), o **mapeamento territorial** é um método complementar específico para a procura dos limites territoriais de cada um, podendo servir aos territórios coletivos também. Pode consistir na disponibilização para o usuário da planta baixa humanizada do local onde ele trabalha (não somente do ambiente que utiliza, mas a totalidade dos espaços que constituem a empresa, como refeitórios, auditórios, circulações etc.), para que ele marque graficamente a área considerada como sendo o seu *território de trabalho*. Este método mostra a apropriação vista pela ótica do usuário; é útil não somente para obter informações como para confrontar as situações observadas pelo pesquisador e as que o usuário admite acontecerem.

A forma tradicional de sua aplicação foi feita inicialmente na empresa Beta, mas seu retorno não foi plenamente satisfatório; nem todas as pessoas se sentiam à vontade em fazer marcações gráficas sobre um desenho. Além disso, a palavra “território”, presente no cabeçalho (“*Indique, na planta abaixo, a área que corresponde ao seu território de trabalho*”) despertou várias dúvidas. Contudo, mesmo dentre as respostas fornecidas, ao compará-las com o resultado da observação, percebemos que não poderíamos nos basear totalmente no mapeamento territorial, porque em várias delas, o respondente havia marcado somente a mesa que lhe “pertencia”, mas, na prática, podíamos constatar que seu tempo era dividido entre vários locais, havendo às vezes períodos inteiros em que ele nem chegava perto de “sua” mesa, desenvolvendo suas tarefas em outros locais e indo freqüentemente às mesmas estações de trabalho, até para conversar informalmente com os colegas.

Desse modo, ao pensar em utilizar o mapeamento territorial na empresa Alfa, vislumbramos a dificuldade para que sua aplicação fosse bem-sucedida. Por esse motivo, resolvemos incluir como mais uma pergunta no questionário daquela empresa, o assunto relativo ao mapeamento territorial, onde solicitávamos que o respondente enumerasse esses locais, sem no entanto mencionarmos a palavra “território”. Pretendíamos, assim, fazer a tentativa de uma nova modalidade de aplicação deste mapeamento. A pergunta que concentrava o mapeamento territorial era: “*Qual (quais) espaço(s) você considera como sendo “seu” local de trabalho? (você pode, se quiser, enumerar ambientes, salas, setores, áreas, “cantos”, móveis, objetos, etc... etc... etc...)*”. A tendência da maioria das respostas considerou a própria mesa como sendo o “território” de cada um. Possivelmente, o fato de ser um ambiente organizado, com estações de trabalho definidas para cada funcionário, pode ter exercido influência nas respostas obtidas<sup>11</sup>. Por outro lado, quando comparadas aos dados obtidos da observação, pudemos constatar que uma parcela dos funcionários realmente pouco se deslocava de sua própria mesa, mas isto não se aplicava à maioria.

Devido a esses resultados poucos satisfatórios, na empresa Gama, adotamos uma 3<sup>a</sup> estratégia, que produziu resultados mais positivos. Durante a observação, ao ter oportunidade de conversar com os funcionários, perguntávamos, informalmente, “*Qual local do escritório você se sente melhor, mais à vontade?*”. Essa era a pergunta-chave, que poderia ser seguida por outras, dependendo da resposta a ser fornecida. Por estar em interação direta com o usuário, era possível conduzir o diálogo na direção necessária para obtermos a resposta sobre o local realmente considerado como território. A busca demorou mais tempo a ser feita, porque dependia das oportunidades de diálogo com as pessoas,

<sup>11</sup> Não produzimos dados estatísticos em nossa pesquisa, mas Abrantes (2004) constatou que o número de respostas centradas na própria mesa pode chegar a 45%, seguido de 25% que apontam ser o território todo o escritório.

contudo, pudemos obter respostas mais espontâneas que, desta vez, condiziam mais com as informações provenientes da observação, considerando os fluxos e as interações existentes.

### 2.3.7 Análise das redes sociais

Com o decorrer da observação e da aplicação dos métodos complementares utilizados até então, as dimensões culturais que buscávamos no ambiente vinham se revelando de forma satisfatória em nossa pesquisa, com exceção de uma, que ainda tínhamos dificuldade em visualizar: o coletivismo. Considerando esta situação, percebemos que poderia ser a hora de utilizar um outro mecanismo de estudo: a análise das redes sociais<sup>12</sup>. Este procedimento sinalizou alguns pontos da observação que deviam ser reforçados, e que posteriormente confirmaram o que a análise das redes sugeria.

As redes sociais são conjuntos formados por “nós” e suas respectivas ligações (BORGATTI; FOSTER 2003). Os “nós” também são chamados de atores, e nas ciências sociais, podem ser representados por “sujeitos sociais” (MARTELETO; SILVA, 2004), como indivíduos, grupos ou organizações. A análise das redes parte do princípio de que são elas que estruturam as diversas dimensões do social (MARQUES, 1998), e para sua montagem são utilizados sociogramas, que basicamente, são desenhos dos conjuntos formados pelos “nós” (atores sociais) e linhas entrelaçadas (ligações entre eles)<sup>13</sup>. **Contudo, é na montagem do sociograma que reside a principal adaptação que fizemos, para o seu uso em avaliações ambientais. Sua análise foi feita não em um sociograma morfologicamente abstrato, mas embasado no próprio suporte espacial, isto é, no próprio ambiente em estudo.** As ligações entre os atores são analisadas na medida em que elas são refletidas espacialmente, gerando fluxos, servindo como vetores de apinhamento e conflitos espaciais, além de auxiliar na descoberta de grupos sociais superpostos aos grupos administrativos.

Para a montagem das redes (que em nosso caso, eram fechadas, definidas pela totalidade dos funcionários das empresas), utilizamos, além dos dados da observação, uma rápida entrevista individual com os funcionários que utilizavam os ambientes observados, fazendo duas perguntas: 1) Com quem você normalmente tem que interagir para poder desenvolver seu trabalho? 2) Com quem você costuma manter vínculos sociais? ( contato extra-trabalho). As perguntas tinham por objetivo confrontar as ligações declaradas pelos próprios indivíduos com o que vinha sendo observado no uso dos ambientes, além de ajudar a esclarecer, dependendo do caso, porque o indivíduo de um determinado setor interagia mais com colegas de outros setores do que com os do seu próprio setor. De posse das respostas, fizemos um mapeamento espacial das relações sociais das empresas, para confrontar com as interações observadas; a partir daí, se tornou mais clara para nós a percepção de um deslocamento ocorrido por necessidade do trabalho ou por mero contato social, que também tinha na empresa parte de seu suporte espacial. Podemos ver um exemplo de mapa de relações sociais de um dos setores dos escritórios analisados, na Figura 2:

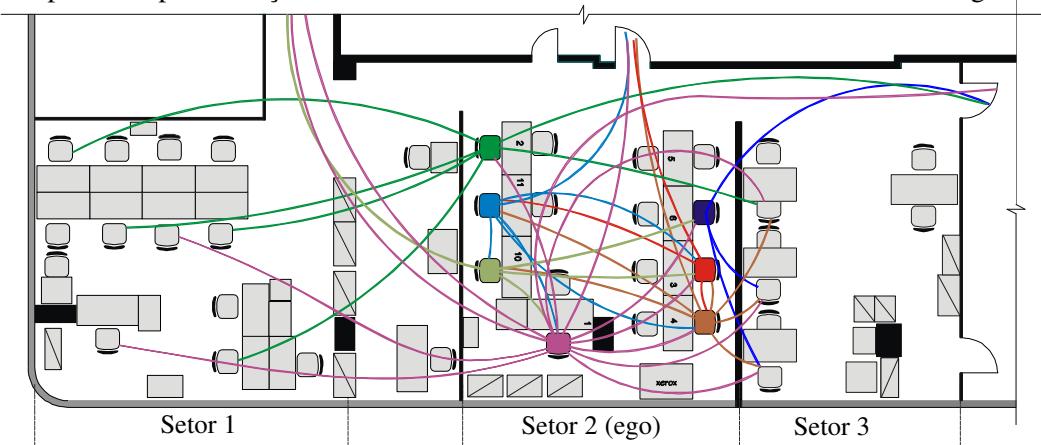


Fig. 2 – Mapa das relações sociais **partindo do Setor 2**. As linhas partem das cadeiras com as cores correspondentes, mostrando a rede de relações sociais que aquele funcionário mantém com os demais. As cadeiras em cor cinza no centro da sala são dos clientes, e a única cadeira de funcionário que também está na cor cinza pertence a uma pessoa que não possui contato social com nenhum colega de trabalho.

<sup>12</sup> Para saber mais sobre redes sociais, ver Marques (1998); Guimarães e Melo (2005); Borgatti ; Foster (2003); Matheus e Silva (2006).

<sup>13</sup> Há softwares específicos para montar o sociograma, são recomendados especialmente para redes com mais de 10 “nós” (GUIMARÃES; MELO, 2005), já que a dificuldade em sua montagem aumenta na mesma proporção da quantidade de “nós”.

No exemplo, fica fácil a visualização de que há alguns funcionários no setor ego, no caso, o setor 2, que mantêm muitos vínculos sociais dentro da empresa, assim como também é possível facilmente perceber funcionários de outros setores com os quais os funcionários do setor 2 não mantêm qualquer ligação social (mesas de outros setores que não recebem nenhuma linha).

Com a aplicação da análise das redes sociais, findamos a incorporação de métodos complementares à observação em nossa proposta metodológica. Principalmente, porque com o leque de métodos utilizados, conseguimos perceber nos ambientes as dimensões culturais por nós procuradas – *hierarquia, coletivismo, controle das incertezas e delimitação de territórios*. Na proposta apresentada, é importante ressaltar que a complementaridade entre os métodos é fundamental para o sucesso das descobertas. A observação inicial desperta dúvidas, que podem ser total ou parcialmente respondidas pelos métodos complementares e, posteriormente, são confirmadas novamente pela observação, em um ritmo de descobertas seqüenciais. No entanto, sem a observação, os métodos complementares funcionam apenas de forma isolada, havendo pouca conexão entre as informações advindas de sua aplicação. Como informação adicional, acrescentamos que foge às possibilidades de tamanho do presente artigo a exposição dos rebatimentos espaciais das dimensões culturais, o que, no entanto, pode ser verificado em Brasileiro (2007).

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As APO's têm representado uma maneira eficaz de investigação e pesquisa sobre o ambiente construído, como forma de analisar e produzir conhecimento para fomentar novos projetos de arquitetura. Porém, argumentamos que **além de parâmetros técnicos, o Homem também está sujeito a parâmetros subjetivos e culturais**, não sendo passíveis de serem medidos com instrumentos que funcionem objetivamente, e esta é uma área do conhecimento em que não encontramos muitas pesquisas disponíveis. Por esse motivo, no âmbito de pesquisas desenvolvidas nos grupos ASC/PROARQ/UFRJ e ProLugar/PROARQ/UFRJ, tentamos, com este estudo, iniciar uma proposta metodológica que consiga se aproximar da análise das aspirações e dos aspectos culturais dos usuários de escritórios.

Consideramos que ao aplicar a proposta metodológica, um arquiteto estará apto a projetar ambientes de forma mais adequada aos futuros usuários de seu projeto. Da mesma forma, entendemos que se a proposta não for utilizada, não será por esse motivo que o projeto não poderá ser um bom projeto de arquitetura, mas certamente, ao ser utilizada, ela contribuirá para que o projeto seja desenvolvido com maior sensibilidade, com mais possibilidades de responder aos aspectos subjetivos de seus ocupantes. Dessa maneira, esperamos contribuir para ser a conformação dos ambientes de trabalho tal, que estes não necessitem de modificações tão logo os usuários nele se instalem, pela falta de adequação cultural do meio ao Homem<sup>14</sup>.

### 4 REFERÊNCIAS

- ABRANTES, Monique G. **Um olhar cognitivo sobre o Lugar do Trabalho - avaliação de desempenho em ambiente de escritório: estudo de caso em empresa de advocacia.** Rio de Janeiro: PROARQ/FAU/UFRJ. Dissertação (Mestrado em Arquitetura), 2004.
- ALVARENGA, Michael D.H. **Cognição e experiência no ambiente de trabalho. Abordagem da Observação Incorporada na Avaliação Pós-ocupação: estudo de caso na CBF Indústria de Gusa S.A., em Viana/ES.** Rio de Janeiro: PROARQ/FAU/UFRJ. Dissertação (Mestrado em Arquitetura), 2005.
- BRASILEIRO, Alice. **Rebatimento espacial de dimensões sócio-culturais: ambientes de trabalho.** Rio de Janeiro: PROARQ/FAU/UFRJ. Tese (Doutorado em Arquitetura), 2007.
- BRASILEIRO, Alice; DEZAN, Michael; RHEINGANTZ, Paulo; DUARTE, Cristiane. Avaliação de Desempenho das Instalações Internas do PROARQ Utilizando Wish Poem . NUTAU' 2004, São Paulo. In: *Anais...*São Paulo, 2004, cd-rom.
- BORGATTI, Stephen P.; FOSTER, Pacey C. The Network Paradigm in Organizational Research: A Review and Typology. In: **Journal of Management**, v. 29, nº 6, 2003, p. 991-1013.
- COSNIER, Jacques. L'éthologie des espaces publics. In : THIBAUD, Jean-Paul; GROSJEAN, Michèle (Orgs.). **L'Espace Urbain en Méthodes.** Collection Eupalinos, Marseille: Éditions Parenthèses, 2001, p.13-44.

<sup>14</sup> Cabe também lembrar que toda esta proposta metodológica foi desenvolvida para uma determinada faixa econômica, e um determinado grupo cultural; portanto, a sua utilização em locais cujos hábitos ou a cultura sejam outros, é possível não ser a listagem de indicadores das dimensões culturais aplicável da forma na qual foi elaborada, podendo, no entanto, o pesquisador elaborar seus próprios indicadores, a partir de sua observação.

- DUARTE, Cristiane R. **Intervention Publique et Dynamique Sociale dans la Production d'un Nouvel Espace de Pauvreté Urbaine: Vila Pinheiros, Rio de Janeiro**. Paris: Université de Paris I – Sorbonne. Tese (Doutorado em Geografia), 1993.
- EDGERTON, Robert; LANGNESS, Lewis, L. **Methods and styles in the study of culture**. San Francisco: Chandler & Sharp, 1974.
- FARIA, José Ricardo F. **Cognição e experiência no ambiente de trabalho. Abordagem da Observação Incorporada na Avaliação Pós-ocupação: estudo de caso do grupo Ergonomia e Novas Tecnologias, COPPE/UFRJ**. Rio de Janeiro: PROARQ/FAU/UFRJ. Dissertação (Mestrado em Arquitetura), 2005.
- FISCHER, Gustave N. **Psicologia social do ambiente**. Lisboa: Instituto Piaget – Sociedade Industrial Gráfica Ltda, 1994.
- GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GUIMARÃES, Francisco J. Z.; MELO, Elisete de S. **Diagnóstico utilizando análise de redes sociais**. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização Gestão do Conhecimento e Inteligência Empresarial). COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em [http://portal.crie.coppe.ufrj.br/portal/data/documents/storedDocuments/%7B93787CAE-E94C-45C7-992B-9403F6F40836%7D/%7BE5F077FE-704C-44EA-9B70-30BC4665277F%7D/RJ11\\_Projeto01.pdf](http://portal.crie.coppe.ufrj.br/portal/data/documents/storedDocuments/%7B93787CAE-E94C-45C7-992B-9403F6F40836%7D/%7BE5F077FE-704C-44EA-9B70-30BC4665277F%7D/RJ11_Projeto01.pdf). Acesso: 22 maio 2006.
- HALL, Edward T. **A Dimensão Oculta**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.
- \_\_\_\_\_. **A linguagem silenciosa**. Lisboa: Relógio D'água, 1994.
- HOFSTEDE, Geert. **Culturas e organizações**. Lisboa: Edições Símbolo, 1997.
- \_\_\_\_\_. **Culture's Consequences**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.
- MARQUES, Eduardo C. **Redes sociais e permeabilidade do Estado :instituições e atores políticos na produção da infra-estrutura urbana no Rio de Janeiro**. Tese (Doutorado). Campinas: UNICAMP, 1998.
- MARTELETO, Regina M.; SILVA, Antônio B. O. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. In: **Ciência da Informação**, Brasília, v. 33, n. 3, p.41-49, set./dez. 2004. Disponível em: <http://www.agal-gz.org/portugaliza/numero02/redes01.pdf> . Acesso em 22 maio 2006.
- MATHEUS, Renato F.; SILVA, Antônio B. de O. Análise de redes sociais como método para a Ciência da Informação. In: **Revista de Ciência da Informação**. V.7 n.2, artigo 03, abr. 2006. Disponível em [http://www.dgzero.org/abr06/Art\\_03.htm](http://www.dgzero.org/abr06/Art_03.htm) . Acesso: 22 maio 2006
- OLIVEIRA FILHO, Eduardo R., DUARTE, Cristiane R.; SANTOS, Ana Lúcia V. Os cenários sociais na happy hour: uma análise de práticas sociais urbanas no Centro do Rio de Janeiro. In: DEL RIO, V.; DUARTE, C.R.; RHEINGANTZ, P. (orgs). **Projeto do Lugar – colaboração entre psicologia, arquitetura e urbanismo**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2002, p. 373-378.
- ORNSTEIN, S. W.; BRUNA, G.; ROMÉRO, M. **Ambiente Construído & Comportamento: a Avaliação Pós-Ocupação e a Qualidade Ambiental**. São Paulo: Studio Nobel, FAU-USP, FUPAM, 1995.
- RHEINGANTZ, Paulo A. De Corpo Presente: sobre o papel do observador e a circularidade de suas interações com o ambiente construído. NUTAU' 2004, São Paulo. In: **Anais...São Paulo, 2004, cd-rom**.
- RODRIGUES, Helena S. **Cognição e experiência no ambiente de trabalho. Abordagem da Observação Incorporada na Avaliação Pós-ocupação: estudo de caso no centro de pesquisa da Fundação Casa de Rui Barbosa**. Rio de Janeiro: PROARQ/FAU/UFRJ. Dissertação (Mestrado em Arquitetura), 2005.
- SANOFF, Henry. **School Building Assessment Methods**. Disponível em <http://www.edfacilities.org/pubs/sanoffassess.pdf>, [2001]. Acesso em set. 2003.
- SCHEIN, Edgar H. **Organizational Culture And Leadership**. San Francisco : Jossey-Bass, 1992.
- SIMÕES, Ana Paula S. **Cognição e experiência no ambiente de trabalho. Abordagem da Observação Incorporada na Avaliação Pós-ocupação: estudo de caso em escritório de empresa do setor de educação executiva**. Rio de Janeiro: PROARQ/FAU/UFRJ. Dissertação (Mestrado em Arquitetura), 2005.
- SOMMER, Robert. **Espaço Pessoal**. São Paulo: EPU, 1973.
- SPRADLEY, James P. **Participant Observation**. New York : Holt, Rinehart & Winston, 1980.
- THORNE, Ross. Using Visual Methods to Focus User's Response in Predesign and Post-occupancy Research. In: BAIRD et al. **Building evaluation techniques**. New Zealand: Centre for Building Performance Research, Victoria University of Wellington; New York: McGraw-Hill, 1995.
- TROMPENAARS, Fons. **Nas ondas da cultura: como entender a diversidade cultural nos negócios** [tradução de Riding the waves of Culture]. São Paulo: Educator, 1994.