

FUNDAMENTOS E ESTRATÉGIAS PARA UMA BOA PRÁTICA DE CROWD-DESIGN EM EMPRESAS NO DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS

Alexandre A. de Oliveira

Aluno do PPGDesign da
Universidade Federal do Paraná
Curitiba, Paraná, Brasil
aleantoli@gmail.com

Aguinaldo dos Santos

Professor do PPGDesign da
Universidade Federal do Paraná
Curitiba, Paraná, Brasil
asantos@ufpr.br

RESUMO

O presente artigo aborda as práticas mais usadas no desenvolvimento de novos produtos via crowd-design nas empresas de acordo com a literatura existente.

Contemporaneamente observa-se a ascensão de novos modelos de projeto que aproveitam as possibilidades da internet no processo de comunicação entre os vários stakeholders. Uma destas abordagens é o Crowd-design, modalidade emergente do sistema de projeto e produção que utiliza os conhecimentos e recursos disponíveis na multidão, geralmente através da internet, com o propósito de resolver problemas e/ou criar conteúdo [1]. O foco é encontrar informações de tal prática no âmbito empresarial e levantar características e fatores que influenciam seus participantes, tanto do lado das empresas que elaboram os problemas a serem solucionados quanto aos integrantes desta multidão que têm a intenção de solucionar ou criar conteúdo.

O método de pesquisa utilizado foi o da Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS) sobre o assunto. Este método possibilitou a identificação de algumas temáticas carentes de pesquisa em Design. Também revisou-se as práticas mais usadas em crowdsourcing em projetos de crowd-design por empresas quando se interessam por esta abordagem de condução do PDP. Também foram levantados os fatores intrínsecos e extrínsecos e as características de ambos os lados (empresas e solucionadores) que participam desta prática.

PALAVRAS CHAVES: crowd-design; crowdsourcing; estudos de caso; revisão bibliográfica sistemática.

ABSTRACT

This article discusses the common practices in the development of new products via crowd-design inside companies in accordance with the existing literature.

Contemporaneously it is observed the rise of new project practices that utilize the possibilities of the internet in the communication process between the various stakeholders. One of these approaches is crowd-design, emerging mode of design and production system that uses the knowledge and resources available in the crowd, usually via the internet, in order to solve problems and/or create content [1]. The focus is finding such practical information on business scope and lift characteristics and factors influencing its participants, both on the side of companies preparing the problems to be solved as the members of this crowd that are intended to solve or create content.

The research method used was the Systematic Literature Review (SLR) on the subject. This method allowed the identification of some needy thematic research in Design. Also revised up the most commonly used practices in the crowdsourcing in crowd-design projects by companies when they are interested in development of new products. Also, the intrinsic and extrinsic factors and the characteristics of both sides were raised (companies and solvers) who participate in this practice.

KEYWORD: crowd-design; crowdsourcing; case study; systematic literature review.

INTRODUÇÃO

Este artigo descreve a aplicação de uma RBS sobre crowdsourcing em projetos de Crowd-