

uma plataforma no qual haja transparência e possibilite a colaboração entre os participantes, isto faz com que a competição seja evidenciada e o compromisso da multidão com a tarefa diminua, de acordo com Hutter et al. [14].

Para isso, Tran et al. [21] elaboraram um experimento usando crowdsourcing no desenvolvimento de novos produtos e concluíram que se no projeto for sugerido aos participantes a ideia de um novo produto e seu memorial descritivo e por parte da empresa couber a avaliação destas soluções ou até mesmo a confecção de um protótipo para avaliação, é possível que o desafio seja proposto como uma macro-tarefa somente sendo estipuladas as regras e procedimentos. Contudo, neste desenvolvimento, quando há a necessidade de um detalhamento técnico maior no que tange engenharia e processos e/ou a submissão por parte dos participantes de um protótipo físico, é aconselhável que o desafio seja dividido em micro-tarefas e etapas consequentes. Estas técnicas conferem maior dinamismo e agilizam o anúncio dos resultados por parte da organização, diminuindo a sensação de insegurança e trapaça por parte dos participantes [10].

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou um estudo das práticas e competências do crowdsourcing em projetos crowd-design nas empresas. O levantamento das informações trouxe características que definem o que é uma boa conduta para as empresas quando se trata desta nova modalidade de desenvolvimento de produtos e soluções. Para isso, o método usado foi a Revisão Bibliográfica Sistemática, que se mostrou eficaz tanto na organização quanto na seleção das pesquisas para este trabalho. A sistematização das etapas facilita o manuseio de dados na quantidade que foi gerada e analisada, evitando o retrabalho e agilizando a pesquisa.

O foco da pesquisa inicial era levantar os fundamentos e as principais competências do crowdsourcing em projetos de crowd-design nas pequenas e médias empresas, mas devido ao pequeno número de análises e a falta de dados para certos conceitos, aumentou-se o escopo para empresas em um contexto geral. Desta

maneira foi possível manusear os dados para a confecção deste artigo.

O crowdsourcing é uma modalidade que exige amplo estudo e especialmente em empresas e organizações. A literatura atual aponta diversos estudos de caso em diversas empresas mas algo que ainda é duvidoso são os resultados práticos e mercadológicos pois todos ainda tratam dos processos e suas implicações.

Dentro destes processos, um dos temas mais estudados por diversos autores foram os fatores intrínsecos e extrínsecos dos participantes em atividades de crowdsourcing. Com este levantamento, conclui-se que atenção para as informações disponibilizadas para a elaboração de um desafio e transparência com a multidão são dois fatores principais na conduta ideal de um desenvolvimento com a multidão.

Nas publicações que mencionam e descrevem o processo de desenvolvimento de soluções e ideias, pouco se elaborou sobre a fase informacional tendo a multidão como participante, sendo que esta é uma etapa recorrente e importante no processo de Design.

No campo do Design, nada é comentado sobre um novo método ou a adaptação de um para a prática do crowd-design. Uma vez que se trata de um modelo no qual os participantes na multidão trabalham de acordo com um briefing, ele se diferencia de um método de co-criação ou colaboração. Logo, não apenas para a solução, mas para a criação do briefing também, designers devem se adaptar a esta nova prática emergente e que está se tornando representativa.

Ainda que o crowdsourcing seja uma nova modalidade de geração de novas ideias e soluções e que muitas empresas estejam usufruindo disto, diferenciações de princípios heurísticos ainda devem ser explanados. Necessita-se elaborar o assunto no sentido de qual tipo de crowdsourcing e qual atividade dentro desta prática pode ser mais vantajosa em casos específicos na indústria de acordo com sua área de atuação, porte, e tipo de desenvolvimento que se almeja.

Outra lacuna existente é a falta de levantamento das plataformas que fornecem serviços terceirizados de crowdsourcing e a