

definição de suas práticas para as empresas. Tal levantamento traria informações de cunho prático para empresários e desenvolvedores, algo que desmistificaria o crowdsourcing apenas como uma maneira de se obter mão-de-obra barata ou como uma prática experimental dentro do processo de inovação.

Para a prática das empresas, alguns autores ressaltam a importância de se conseguir trabalhar com multidões que tenham capacidades e habilidades complementares à equipe interna, e que a atividade de crowdsourcing se baseia na proximidade com os clientes e desenvolvedores. Por isso, antes de tentar elaborar desafios para a multidão, a empresa deveria se preocupar em abrir seus canais de comunicação para esta troca de informações e depois usufruir desta prática.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem o apoio financeiro da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela bolsa de mestrado demanda social.

REFERÊNCIAS

- [1] Dickie, I.; Santos, A.; Bottanelli, G.; Cuccu, M., 2014. *O Processo de Desenvolvimento De Produtos Via Crowd-Design: oportunidades para a sustentabilidade*. 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, vol.1, num.4. p. 1268-1279.
- [2] Estellés-Arolas, E.; Gonzalez-Ladrón-De-Guevara, F., 2012. Towards an integrated crowdsourcing definition". *Journal of Information Science*, **38** (2) pp. 189–200.
- [3] Brabham, D. C., 2010. *Crowdsourcing As A Model For Problem Solving: Leveraging The Collective Intelligence Of Online Communities For Public Good*. Department of Communication The University of Utah.
- [4] Shoyama, T.; Triaquim, J.; Dickie, I.; Santos, A. 2014. *Elaboração do desafio no processo de Crowd Design do projeto Sustainability Maker Brazil*. Anais do 4º GAMPI Plural.
- [5] ANPEI. 2015. "Brasil: Protagonista em Inovação". Revista Engenhar, São Paulo. **XXI**. (01). pp.05.
- [6] Dickie, I. Santos, A. 2014. *Bases para Entendimento do Crowdsourcing e sua Aplicação em Projetos de Crowd-design*. 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, vol.1, num.4. p. 1256-1267, 2014.
- [7] Battistella, C.; Nonino, F. 2012. "Open innovation web-based platforms: The impact of different forms of motivation on collaboration. *Innovation: Management, Policy and Practice*, **14** (4) pp. 557–575.
- [8] Brasil. 2015. Projeto de Lei nº 4330/04, de 08 de abril de 2015.
- [9] Conforto E.; Amaral, D.; Silva, S. 2011. *Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos*. 8º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto. Anais do 8º CBGDP.
- [10] Djelassi, S.; Decoopman, I. 2013. "Customers' participation in product development through crowdsourcing: Issues and implications". *Industrial Marketing Management*, **42** (5), pp. 683–692.
- [11] Zhao, Y.; Zhu, Q. 2012. "Evaluation on crowdsourcing research: Current status and future direction". *Information Systems Frontiers*, **16** (3) pp. 417–434.
- [12] Rouse, A. 2010. *A Preliminary Taxonomy of Crowdsourcing*. ACIS 2010 Proceedings. P.76.
- [13] Frey, K.; Lüthje, C.; Haag, S. 2011. "Whom should firms attract to open innovation platforms? The role of knowledge diversity and motivation". *Long Range Planning*, **44** (5-6) pp. 397–420.
- [14] Hutter, K., Hautz, J., Füller, J., Mueller, J. and Matzler, K. 2011. "Communitition: The Tension between Competition and Collaboration in Community-Based Design Contests". *Creativity and Innovation Management*, **20** (1), pp. 3–21.
- [15] Prpić, J.; Shukla, P.; Kietzmann, J.; McCarthy, I. 2015. "How to Work a Crowd: Developing Crowd Capital Through Crowdsourcing". *Business Horizons*, **58** (1). Pp. 77-85.
- [16] Mason, W.; Watts, D. 2010. "Financial Incentives and the performance of crowds". *SIGKDD Exploration Newsletter. ACM*. **11** (2). P. 100.