



**A INFLUÊNCIA DA ERGONOMIA ORGANIZACIONAL EM ESPAÇOS
DE COWORKING EDUCACIONAL: ANÁLISE A PARTIR DE UM
CURSO DE MÍDIAS SOCIAIS**

VANDICK LUIZ FRAGNAN JUNIOR

Bauru

2019

VANDICK LUIZ FRAGNAN JUNIOR

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design, do Campus de Bauru, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Design.

Orientador: Prof. Dr. Galdenoro Botura Junior

Bauru

2019

Fragnan Junior, Vandick Luiz.

A Influência da Ergonomia Organizacional em Espaços de Coworking Educacional: Análise a Partir de um Curso de Mídias Sociais/ Vandick Luiz Fragnan Junior. - Bauru, 2019

147 f. : il.

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientador: Dr. Galdenoro Botura Junior

1. Design 2. Coworking. 3. ; Ergonomia Organizacional. 4. Mídias Sociais. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design.

A INFLUÊNCIA DA ERGONOMIA ORGANIZACIONAL EM ESPAÇOS DE COWORKING EDUCACIONAL: ANÁLISE A PARTIR DE UM CURSO DE MÍDIAS SOCIAIS

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Galdenoro Botura Junior (Orientador)
FAAC/Unesp/Bauru

Prof. Dr. Claudemilson dos Santos
FCT/Unesp/Presidente Prudente

Prof. Dr. José Carlos Plácido da Silva
FAAC/Unesp/Bauru

SUPLENTE

Profa. Dra. Fabiane Rodrigues Fernandes
UFMA

Prof. Dr. José Eduardo Guarnetti dos Santos
FAAC/Unesp/Bauru

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE VANDICK LUIZ FRAGNAN JUNIOR, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 08 dias do mês de outubro do ano de 2019, às 09:30 horas, no(a) Auditório da Seção Técnica de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação., reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Associado GALDENORO BOTURA JUNIOR do(a) Programa de Pós-Graduação em Design / FAAC/UNESP/Bauru, Prof. Dr. CLAUDEMILSON DOS SANTOS do(a) Departamento de Planejamento, Urbanismo e Ambiente / CT/Unesp/Presidente Prudente, Prof. Titular JOSE CARLOS PLACIDO DA SILVA do(a) Departamento de Design / FAAC/UNESP/Bauru, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de VANDICK LUIZ FRAGNAN JUNIOR, intitulada **A INFLUÊNCIA DA ERGONOMIA ORGANIZACIONAL EM ESPAÇOS DE COWORKING EDUCACIONAL: ANÁLISE A PARTIR DE UM CURSO DE MÍDIAS SOCIAIS**. Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: Aprovado. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Prof. Associado GALDENORO BOTURA JUNIOR

Prof. Dr. CLAUDEMILSON DOS SANTOS

Prof. Titular JOSE CARLOS PLACIDO DA SILVA



“A inovação é o que distingue um líder de um seguidor.”

(Steve Jobs)

“A vida está cheia de desafios que, se aproveitados de forma criativa, transformam-se em oportunidades.”

(Marxwell Maltz)

Dedico

Agradeço, em primeiro lugar, ao meu filho Cauê, fonte de alegria e inspiração em minha vida. Que ele, um dia, compreenda e se orgulhe do caminho que trilhei, seguindo seus próprios passos com determinação e propósito.

Aos meus pais, minha eterna gratidão pelo apoio incondicional e por me proporcionarem uma educação pautada no conhecimento, nos princípios e no respeito — valores que carregarei para sempre.

Ao Jimmy e ao Sansão, companheiros fiéis, que com sua presença e afeto me trouxeram leveza e força nos momentos mais desafiadores, incentivando-me a nunca desistir.

Agradeço ao Centro Paula Souza e à UNESP FAAC – Campus Bauru pela oportunidade de crescimento acadêmico e profissional.

Aos amigos e professores do Programa de Pós-Graduação em Design da UNESP (FAAC), minha sincera gratidão pelos conhecimentos compartilhados ao longo das disciplinas e durante a pesquisa. Ao meu orientador, Prof. Dr. Galdenoro Botura Junior, agradeço a orientação dedicada e pelas valiosas contribuições ao desenvolvimento deste trabalho. À banca examinadora, agradeço pelas relevantes observações, correções e direcionamentos oferecidos durante a qualificação e defesa.

RESUMO.....	10
ABSTRACT.....	11
GLOSSÁRIO	12
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS.....	13
LISTA DE FIGURAS	14
LISTA DE QUADROS E TABELAS	16
1. INTRODUÇÃO	17
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	23
2.1. Desenvolvimento Histórico de <i>Coworking</i> no Mundo -----	23
2.2. Evolução do <i>Coworking</i> no Brasil -----	29
2.3. <i>Coworking</i> como Espaço de Trabalho -----	31
2.4. Espaços Compartilhados (Coworking) -----	39
2.5. Ergonomia Organizacional -----	40
2.5.1. Comportamento Organizacional -----	45
2.5.2. Cultura Organizacional -----	49
2.6. A Ergonomia e os Espaços de Coworking -----	52
2.7. Mídias Sociais -----	56
3. MATERIAL E MÉTODO	60
3.1. Estruturação do Coworking Estudantil -----	61
3.1.1. Cenário Existente do Espaço de <i>Coworking</i> Estudantil -----	64
3.2. O Curso de Mídias Sociais -----	64
3.2.1. Curso de Mídias Sociais como Método (Ferramenta) -----	66
3.2.2. Desenvolvimento dos Trabalhos pelos Alunos -----	70
3.3. Os Materiais Utilizados -----	70
4. RESULTADOS	72
4.1. Resultados dos Trabalhos dos Alunos -----	72

4.1.1.	O Projeto Piloto Presencial 2017 -----	72
4.1.1.	O Projeto Piloto Online 2017 -----	75
4.1.2.	O Projeto Presencial 2018 -----	76
4.1.3.	O Projeto Online 2018-----	80
4.2.	Resultados da Utilização do <i>Coworking</i> Estudantil -----	84
4.3.	Avaliação do Projeto Pelos Profissionais-----	97
4.4.	Relação dos Resultados da Ergonomia Organizacional e o Coworking Estudantil -----	99
4.5.	Contribuição da Ergonomia Organizacional para Organização de um <i>Cowoking</i> Estudantil -----	104
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	105
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA	108
APÊNDICE 1		113
APÊNDICE 2		116
APÊNDICE 3		119
APÊNDICE 4		122
APÊNDICE 5		125
APÊNDICE 6		131
RESULTADOS DA PESQUISA TRATADOS 2017		138
RESULTADOS DA PESQUISA TRATADOS 2018		140
RESULTADOS COMPARADOS 2017 x 2018		143

RESUMO

As rápidas transformações do mundo contemporâneo têm impactado profundamente escolas, universidades, mercado de trabalho e as interações sociais dentro desses ambientes. Os avanços tecnológicos abriram novos horizontes de comunicação e ampliaram a disseminação da informação. A sociedade atual está constantemente em busca de inovação, e a valorização do conhecimento é uma das principais consequências desse movimento, especialmente entre as novas gerações. Um dos espaços que emergiram como catalisadores desse processo são os coworkings, onde pessoas compartilham estruturas físicas e se beneficiam da diversidade, resultando em redução de custos e aumento da interação, tanto presencial quanto virtual.

No Brasil, o número de negócios focados em inovação e troca de conhecimento através de coworkings tem crescido exponencialmente. Este estudo foca na influência da ergonomia organizacional em um espaço de coworking estudantil dedicado ao curso de mídias sociais, e como este ambiente impactou na qualidade do trabalho dos alunos de uma escola técnica em São Paulo - SP. A pesquisa comparou projetos desenvolvidos no espaço físico do coworking com atividades similares realizadas virtualmente pela internet ao longo de dois semestres, envolvendo 60 alunos.

Os resultados revelaram que a interação e comunicação no coworking estudantil apresentaram uma melhoria de 56% em comparação ao grupo virtual, que obteve 44%. Além disso, a qualidade das produções desenvolvidas no coworking foi 33% superiores às aquelas realizadas virtualmente, conforme avaliação de profissionais de agências digitais que analisaram os projetos finais. Este estudo evidencia que espaços criativos dentro das escolas não apenas melhoram o desempenho dos alunos, mas também elevam a qualidade de seus trabalhos. Esses ambientes facilitam a interação, troca de experiências e contatos pessoais, potencializando assim a capacidade intelectual dos estudantes.

Palavras-chave: Design; Coworking; Ergonomia Organizacional, Mídias Sociais

ABSTRACT

The rapid transformations of the contemporary world have had a profound impact on schools, universities, the job market and social interactions within these environments. Technological advances have opened up new horizons for communication and expanded the dissemination of information. Today's society is constantly seeking innovation, and the appreciation of knowledge is one of the main consequences of this movement, especially among the new generations. One of the spaces that have emerged as catalysts for this process are coworking spaces, where people share physical structures and benefit from diversity, resulting in cost reduction and increased interaction, both in person and virtually.

In Brazil, the number of businesses focused on innovation and knowledge exchange through coworking spaces has grown exponentially. This study focuses on the influence of organizational ergonomics in a student coworking space dedicated to the social media course, and how this environment impacted the quality of work of students at a technical school in São Paulo - SP. The research compared projects developed in the physical space of the coworking space with similar activities carried out virtually over the internet over two semesters, involving 60 students.

The results revealed that interaction and communication in student coworking spaces improved by 56% compared to the virtual group, which achieved 44%. Furthermore, the quality of the productions developed in the coworking space was 33% higher than those produced virtually, according to the assessment of professionals from digital agencies who analyzed the final projects. This study shows that creative spaces within schools not only improve student performance, but also raise the quality of their work. These environments facilitate interaction, exchange of experiences and personal contacts, thus enhancing students' intellectual capacity.

Keywords: Design; Coworking; Organizational Behavior, Social Media

GLOSSÁRIO

CIBERESPAÇO: é um espaço existente no mundo da comunicação em que não é necessária a presença física do homem para constituir a comunicação.

COWORKING: espaço focado em trabalho em grupo.

FEEDBACK: informação que o emissor obtém da reação do receptor à sua mensagem, e que serve para avaliar os resultados da transmissão.

HACKERSPACE: formato de um laboratório comunitário que segue a ética hacker, tendo espírito agregador.

HOME OFFICE: escritório em casa.

MODUS OPERANDI: modo pelo qual um indivíduo ou uma organização desenvolve suas atividades ou opera.

OPEN SPACE: criação de um espaço aberto.

SWOT: é um termo em inglês que se refere a um conjunto de quatro palavras: “Strengths”, “Weaknesses”, “Opportunities” e “Threats”. Traduzidas para o português, elas significam “Forças”, “Fraquezas”, “Oportunidades” e “Ameaças”.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRADI-SP: Associação Brasileira dos Agentes Digitais de São Paulo.

ETEC: Escola Técnica.

SMP: Salário Mínimo Profissional.

PJ: Parque da Juventude.

SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.

IEA: International Ergonomics Association.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - O PODER DE FERRO DOS SETE FRASCOS.	23
FIGURA 2 - CAPA DO LIVRO A TREATISE OF THE COVENANT OF GRACE.....	24
FIGURA 3 - A TREATISE OF THE COVENANT OF GRACE.....	24
FIGURA 4 - HACKERSPACE DE BASE C – 2008	25
FIGURA 5 - DOIS COLEGAS DE TRABALHO DO PRIMEIRO ESPAÇO DE COWORKING	26
FIGURA 6 - PRIMEIRO CAFÉ NA ALEMANHA, ST. OBERHOLZ	26
FIGURA 7 - COWORKING EM PHILLY: INDY HALL	27
FIGURA 8 - CAFÉ DA BETAHAUS	28
FIGURA 9 - ESTRUTURA E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS.....	30
FIGURA 10 - MATURIDADE DO NEGÓCIO	30
FIGURA 11 – COMUNIDADE	31
FIGURA 12 - LABS.....	33
FIGURA 13 – INCUBADORAS.....	33
FIGURA 14 – HOME OFFICE.....	33
FIGURA 15 - COFFEE SHOP	33
FIGURA 16 - COWORKING SPACES.....	34
FIGURA 17 - CORPOWORKING	34
FIGURA 18 - COWORKING PUBLICO	34
FIGURA 19 - COWORKING KIDS.....	35
FIGURA 20 - SCHOOL	35
FIGURA 21 - UNIVERSITY COWORKING.....	35
FIGURA 22 - PARKLETS COWORKING.....	35
FIGURA 23 - CASAS COMPARTILHADAS	35
FIGURA 24 - O QUE É ERGONOMIA (IEA).....	42
FIGURA 25 - DESIGN EVOLUTIVO.....	48
FIGURA 26 - PROJETO DE CREATIVE PARA A AEI MEDIA.....	54
FIGURA 27 - PLANTA BAIXA DO ESPAÇO DE COWORKING ETEC PARQUE DA JUVENTUDE.....	63
FIGURA 28 - RESUMO METODOLÓGICO DESTE TRABALHO.....	69
FIGURA 29 - ESTRATÉGIA PROJETO 2017	72
FIGURA 30 - ESTRATÉGIA PROJETO 2017	73
FIGURA 31 - ESTRATÉGIA PROJETO 2017	73
FIGURA 32 - ESTRATÉGIA PROJETO 2017	74
FIGURA 33 - ESTRATÉGIA PROJETO 2017	74
FIGURA 34 - ESTRATÉGIA PROJETO 2018	75
FIGURA 35 - ESTRATÉGIA PROJETO 2017	75

FIGURA 36 - ESTRATÉGIA PROJETO 2018 -----	77
FIGURA 37 - ESTRATÉGIA PROJETO 2018 -----	78
FIGURA 38 - ESTRATÉGIA PROJETO 2018 -----	79
FIGURA 39 - ESTRATÉGIA PROJETO 2018 -----	82
FIGURA 40 - ESTRATÉGIA PROJETO 2018 -----	83
FIGURA 41 - RELAÇÃO DE GÊNERO POR IDADE -----	85
FIGURA 42 - RELAÇÃO DE ALUNO POR IDADE -----	85
FIGURA 43 - ESCOLARIDADE PUBLICA -----	86
FIGURA 44 - ATIVIDADE REMUNERADA: MÉDIA DE SALÁRIOS MÍNIMOS-----	87
FIGURA 45 - INTERAÇÃO COM COLEGAS DE TRABALHO-----	88
FIGURA 46 - AS TAREFAS FORAM CLARAMENTE DEFINIDAS PELOS COLEGAS-----	90
FIGURA 47 - A COMUNICAÇÃO FOI BEM DISTRIBUÍDA-----	91
FIGURA 48 - A COMUNICAÇÃO DEFINIDA PELO INTEGRANTE-----	92
FIGURA 49 - O GRUPO CONSEGUIU ORGANIZAR HORÁRIOS PARA O PROJETO -----	93
FIGURA 50 - O GRUPO ESTAVA CONFIANTE NAS ATIVIDADES PROPOSTAS -----	94
FIGURA 51 - AS TAREFAS FORAM DISCUTIDAS APÓS A EXECUÇÃO-----	95
FIGURA 52 - O GRUPO TEVE DIFICULDADE EM RESOLVER PROBLEMAS-----	96
FIGURA 53 - AVALIAÇÃO DO PROJETO-----	97
FIGURA 54 - VANTAGEM DE UTILIZAR O COWORKING ESTUDANTIL -----	99
FIGURA 55 - QUAIS TIPOS DE APOIO E SUPORTE UTILIZADOS NO <i>COWORKING</i> ESTUDANTIL -----	100
FIGURA 56 - QUAL O CONCEITO PELO QUAL DEFINIRIA UM COWORKING ESTUDANTIL -----	101
FIGURA 57 - O ESPAÇO DE COWORKING ESTUDANTIL VOCÊ DEFINE COMO O CONFORTO MOBILIÁRIO-----	102
FIGURA 58 - A ERGONOMIA TRATA DAS POSTURAS ADEQUADAS NA RELAÇÃO -----	102
FIGURA 59 - O ESPAÇO DE COWORKING ESTUDANTIL VOCÊ DEFINE COMO O CONFORTO DO AMBIENTE?----	103

LISTA DE QUADROS E TABELAS

TABELA 1 - ESPAÇO DE COWORKING COMERCIAL	33
TABELA 2 - ESPAÇO DE COWORKING CRIANÇA E ADOLESCENTE	35
TABELA 3 - ESPAÇO DE COWORKING DIFERENTES	35
TABELA 4 - ANÁLISE SWOT DO MODELO ORGANIZACIONAL DE COWORKING	37
TABELA 5 - EXISTÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL.....	50
TABELA 6 - NÍVEIS DE COMPETÊNCIA PARA MÍDIAS SOCIAIS.....	58
TABELA 7 - DADOS REFERENTES ÀS MÍDIAS SOCIAIS DE USUÁRIOS ATIVOS NO BRASIL	58
TABELA 8 - ESPAÇO DE <i>COWORKING</i> ESTUDANTIL	61

1. INTRODUÇÃO

Vista a partir de uma perspectiva global, a mudança no mercado de trabalho tem sido conduzida por novas formas de negócio interconectadas. Rápidos avanços e inovações tecnológicas estão proporcionando um modelo diferente de se comunicar. Autores e empreendedores como (DORNELAS, 2008; REIS; ARMOND, 2012; SERTEK, 2007) analisam um mercado desafiador no qual fusões e aquisições acontecem a todo momento, e por esta razão estão experimentando cada vez mais práticas inovadoras. Um exemplo deste tipo de modalidade são os novos locais de trabalho, espaços estes que agregam e fazem parte de uma realidade do mundo contemporâneo. O uso de novas tecnologias, dentre as quais a internet móvel, permite que profissionais trabalhem em locais que tenha o compartilhamento de cadeiras e mesas como cafés, livrarias, shoppings, entre outros. Estes espaços são usados para o desenvolvimento de atividades fora de um local de trabalho convencional (WATERS-LYNCH *et al.*, 2016). Segundo WATERS-LYNCH *et al.* (2016) a interação entre as pessoas em seu ambiente de trabalho aperfeiçoa o intelectual, gerando um desenvolvimento crítico e criativo nas atividades triviais. O problema encontrado neste cenário, é a falta de atividade que estimule as pessoas (empregados) a pensarem de forma crítica suas atividades e seu trabalho, para que suas ações tenham sentido progressista.

Neste sentido, novos meios de comunicação, novas maneiras de obter a troca de informação e de se relacionar estão sendo introduzidas nas grandes cidades gerando, assim, uma nova forma de pensar. O desenvolvimento de novos espaços de compartilhamento com o foco voltado a ambientes colaborativos e que levam em consideração a interação de atividades que agregam valores formam os denominados espaços de *coworking*, que se espalham globalmente, e que tem como um dos seus pontos básicos, a troca de experiência, tanto virtual, quanto fisicamente, em espaços criados para essa finalidade. Estes locais podem ser definidos como espaços físicos destinados à reunião de indivíduos que buscam por autonomia no trabalho, flexibilidade e compartilhamento de ideias (FOST, 2008). Os *coworking* permitem e fortalecem a interação entre pessoas de diversas áreas e estão ligados à capacidade de proporcionar a interação entre profissionais diversos e, como consequência, abrem

a troca formal e informal de conhecimentos e experiências (AIDIS; ESTRINB; MICKIEWICZA, 2008).

O termo *coworking* pode ser entendido ou considerado como novo, contudo, o compartilhamento de espaços foi apresentado pela primeira vez, em 1628, pela obra “*The pouring out of the seven vials*”, na qual a palavra *coworking* definia-se pelo agrupamento de pessoas reverenciando o poder de Deus e seus representantes na Terra (COTTON, 1642). Com o avanço do tempo, o termo passou a ter o significado relacionado ao trabalho, afastando-se, assim, da conotação divina. Na década de 1990, o compartilhamento de espaços voltados ao mercado de trabalho ganhou força com o desenvolvimento de “*hackerspaces*”¹ e “*cyberspaces*”² cujas funcionalidades eram principalmente propiciar acesso público de internet. Em 1999, o designer e teórico Bernie DeKoven adotou um termo “trabalhando juntos e iguais” por entender que os negócios e as pessoas eram respectivamente hierárquicos e isolados. Assim, pautado por sua ideologia, DeKoven adotou o termo *coworking* para identificar a colaboração no trabalho e a participação coletiva em reuniões, mesmo que remotamente com o uso de computadores (“*The Coworking connection*”, 2013). Assim, o primeiro modelo de *coworking*, que se aproxima dos atuais, foi desenvolvido por Brad Neuberg, no ano de 2005, em um espaço coletivo feminista chamado de *Spiral Muse*. Neuberg descreveu:

“[...] ideia da criação de um espaço de trabalho compartilhado adveio após uma demissão e que precisava do hábito de sair de casa diariamente como no trabalho tradicional, para encontrar e conversar com outras pessoas [...]” (NEUBERG, 2005)

Desta forma, esta definição mostra que o encontro com pessoas para conversar e ter uma interação para novas ideias são essenciais para a prática do trabalho. Os gastos com aluguel, energia elétrica, água, entre outros, que eram da empresa passaram agora para os funcionários. No entanto, com a alta divisão do trabalho sendo necessária, houve uma redução na colaboração e nos encontros entre os funcionários e isto diminuiu a troca de informação que é tão necessária para a inovação. Essa falta de comunicação poderia, no curto ou em longo prazo, causar a

¹ Hackerspace: formato de um laboratório comunitário que segue a ética hacker, tendo espírito agregador.

² Ciberespaço: é um espaço existente no mundo de comunicação em que não é necessária a presença física do homem para constituir a comunicação.

perda do conhecimento implícito e organizacional à medida que os funcionários mais antigos começassem a se aposentar. (JOHNS; GRATTON, 2013)

Portanto a ideia de *coworking* se estruturou e se solidificou após uma pesquisa apresentada pela Desknag.com, em 2010, mostrando que existiam 823 espaços de *coworking* localizados na América do Norte e na Europa. No ano seguinte, o número cresceu para 1.127 espaços, tendo um aumento de 37% se considerada a mesma região (FOERTSCH, 2011a). No Brasil, existem 1.194 espaços de *coworking* em 2018. Para efeito de comparação, entre os anos de 2017 e 2018 houve um crescimento de 48% de novos coworkings (“Censo Coworking Brasil 2018”, 2018). Estes dados justificam que a busca por este tipo de espaços tem se consolidado e seu crescimento está sendo explorado comercialmente por empresas e pela iniciativa privada (BARCELLOS, 2017).

Com uma estrutura semelhante aos escritórios tradicionais, os *coworkings* têm cadeiras, mesas, telefones e em alguns há locais com endereço para correspondências. WATERS-LYNCH *et al.*, (2016) define três (3) características que diferenciam os espaços de *coworking* dos escritórios tradicionais: a primeira é a interação entre os usuários do local de trabalho; a segunda são as interações sociais e a terceira é o design estético dos espaços.

Os *coworkings* propiciam para seus usuários não apenas um espaço de trabalho, mas também um custo baixo de utilização, pois os adeptos não precisam se preocupar com serviços básicos como contratações de atendimento, limpeza e manutenção, focando assim em seu negócio ou projeto. Segundo Akhavan (*et al.*, 2019a), os *coworkings* são novos tipos de locais de trabalho para o desenvolvimento de aprendizagem e conhecimento, podem facilitar atividades produtivas formais e interações sociais informais, muitas vezes acompanhadas de programas de aprendizagem direta e indiretamente, além da utilização de novas tecnologias. Assim, os espaços de *coworking* trazem vários benefícios para profissionais que atuam como freelancers e trabalhadores independentes, como por exemplo, transferência de conhecimento, troca informal, cooperação e formas de interações com outras pessoas, além de oportunidades de negócios, com baixo custo de utilização. Segundo SUNDSTED, BACIGALUPO, JONES (2009) os espaços de coworking “combinam as melhores partes de um ambiente de escritório - comunidade, colaboração com os

benefícios de trabalhar em casa ou trabalhar por conta própria - conveniência, flexibilidade e autonomia” (SUNDSTED; BACIGALUPO; JONES, 2009).

A participação e a valorização do bem-estar estão sendo cada vez mais buscadas nos espaços de *coworking* pelos usuários que querem um ambiente amigável e colaborativo e que propicie a inovação e a criatividade. As características relacionadas à individualidade de cada participante, como espaço personalizado, privacidade e tranquilidade são menos valorizadas do que os aspectos coletivos, já que os objetivos de todos os usuários estão voltados para a necessidade de compartilhar e se conectar.(CANTARERO MUNHOZ *et al.*, 2013)

De acordo com HILLMAN (2011) a cultura criada pelos *coworkings* está sendo usada por organizações para o processo de compartilhamento de locais. A geração de novos conhecimentos ganha espaço em companhias como Google, Facebook, Itaú-Unibanco com o objetivo de conectar em um só lugar empreendedores, empresas, investidores e universidades para discutirem sobre tecnologia, inovação, novos modelos de negócios e estimulando parcerias e novas formas de trabalhar. As grandes empresas estão reunindo estes tipos de pessoas para que diferentes contextos profissionais se unam e, assim, possam adquirir conhecimentos e experiências. A interação entre as pessoas de diversas áreas do conhecimento está sendo importante para decisões econômicas e os seus resultados estão sendo usados para a resoluções de problemas (WATERS-LYNCH *et al.*, 2016).

Um dos fatores que justifica o crescimento na quantidade de *coworkings* é o desenvolvimento das tecnologias de comunicação, a miniaturização dos dispositivos (notebooks, tablets, smartphones), oferecendo para mais pessoas a prática de trabalhar em qualquer lugar, criando e desenvolvendo conteúdo. Um papel pouco explorado em *coworkings* pode ser fundamentado dentro da ergonomia organizacional já que o usuário pode ser influenciado pelo ambiente e vice-versa.

A ergonomia organizacional é uma aplicação de conhecimento do trabalho em que a equipe está articulada com uma finalidade de transformação positiva. Em outras palavras, contribui decisivamente para que as pessoas tenham condições para executar satisfatoriamente as suas atividades. Para o desenvolvimento dos *coworkings* esta definição de trabalho é pouca explorada. As pessoas que utilizam estes espaços compartilhados ficam sem a convivência dos colegas (ROBBINS;

JUDGE; SOBRAL, 2010, p. 73). Assim Goya (2019) descreve que o coletivo de trabalho ajuda a manter a saúde dos membros. Então, o desenvolvimento do debate sobre o trabalho não deve se voltar diretamente a questões relativas às personalidades, mas, sim a atividade e a organização.

O escopo ergonômico é efetivamente amplo, isso leva as pessoas que trabalhem com ergonomia a desenvolverem maneiras de dar conta dos problemas diários que surgem em sua vida profissional. Assim de um ponto de vista de desenvolvimento, um ambiente compartilhado permite aos seus usuários e ao coletivo que obtenham sucesso, isto é, colocam em uso suas capacidades de forma eficiente e coletiva em um ambiente que além de não atravar as capacidades, torna as pessoas capazes.

VIDAL (2012) defende que a ergonomia é uma atitude profissional que se agrega à prática de uma profissão. ABERGO, 2000 defende que a

Ergonomia objetiva modifica os sistemas de trabalho para adequar a atividade nele existente as características, habilidades e limitações das pessoas com a vista ao seu desempenho eficiente, confortável e seguro. (ABERGO, 2000).

Esta afirmação coloca um sistema de trabalho como uma finalidade de propósitos e adequa a atividade às características e limitações das pessoas junto com conforto e segurança. Neste sentido, ela necessita ser completada por uma outra, que estabeleça qual a tecnologia a que a ergonomia esteja declarada ou possua uma finalidade. No entanto, do ponto de vista da relação entre os aspectos humanos nas atividades de trabalho com os locais constitui-se uma interface onde há uma forma conjunta e coerente dos critérios de eficácia e segurança dos espaços de trabalho.

A organização do trabalho necessita da funcionalidade interna de ter um local produtivo e que lhe dê sentido ao sucesso de um local para trabalhar entre as energias de execução do trabalho e do controle das tarefas diárias. A ideia é saber como a ergonomia pode ajudar a compreender as formas e como se dá a cada uma das unidades funcionais as disposições necessárias para a consecução das funções atribuídas e o estabelecimento de métodos de trabalho. (VIDAL, 2012)

Nesse contexto, a existência da inovação organizacional auxilia um modelo de instituição que se potencializa em um processo de gestão por meio da tecnologia e de

outros meios inovadores. A inovação organizacional se refere ao método organizacional nas práticas de negócios e na organização de locais de trabalho, ressaltando que inovação é um conceito constante a ser aperfeiçoado e sujeito a diferentes abordagens, variando com o mercado e as iniciativas políticas (SILVA; JÚNIOR; PASCHOARELLI, 2013).

Com um foco educacional, este trabalho teve por objetivo analisar e interpretar os benefícios proporcionados pelo uso de espaços de *coworking* estudantil, sob a ótica da ergonomia organizacional, para o desenvolvimento dos trabalhos de um curso de mídias sociais, tendo como parâmetro de referência as atividades realizadas por alunos reunidos de modo virtual via internet, que utilizaram aplicativos que permitiram conexão e compartilhamento de tela por meio de videoconferências.

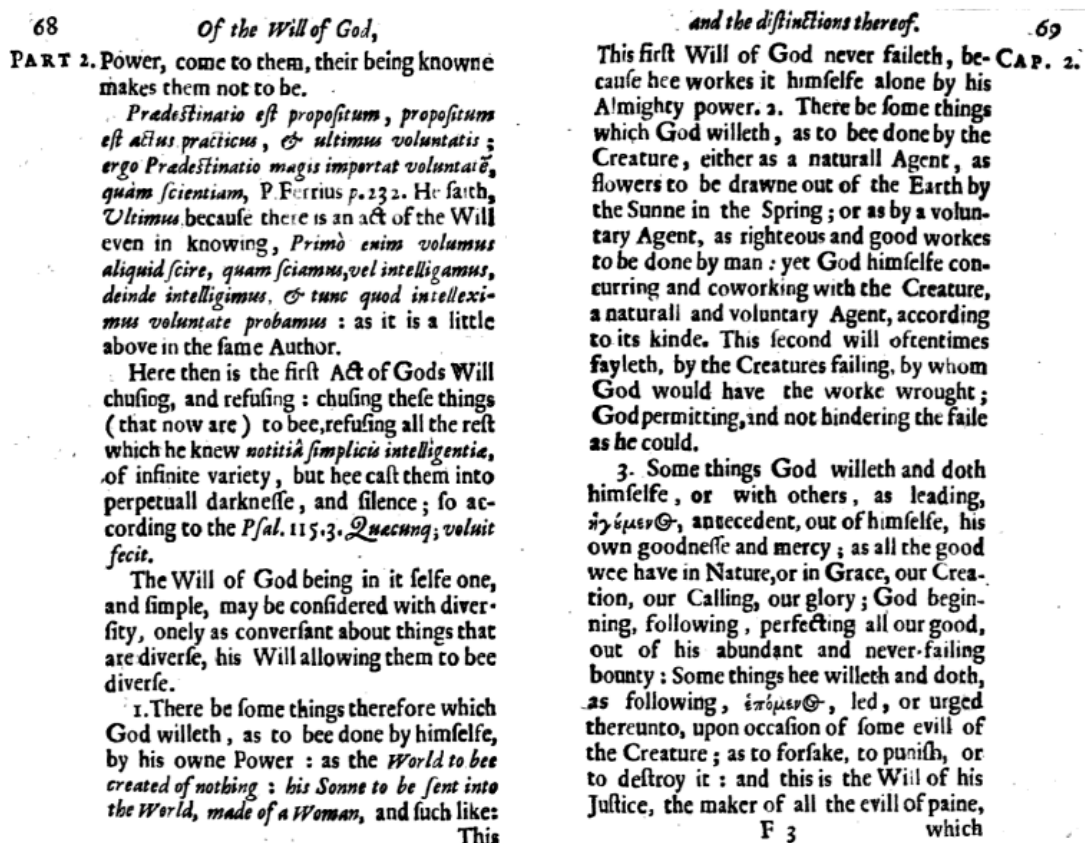
Assim, visando alcançar o objetivo principal, este projeto apresentará os seguintes objetivos específicos: investigar o uso do *coworking* estudantil na comparação da influência da ergonomia organizacional voltado para um curso de mídias sociais, e como esta ergonomia influenciou na qualidade dos trabalhos dos alunos; desenvolver atividades de mídias sociais e medir sua utilização e eficiência; identificar os desafios enfrentados pelos grupos que utilizaram o espaço e os que não usaram; mensurar e verificar a potencialidade da integração do *coworking* estudantil e trazer resultados avaliativos de utilização e eficiência.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1. Desenvolvimento Histórico de *Coworking* no Mundo

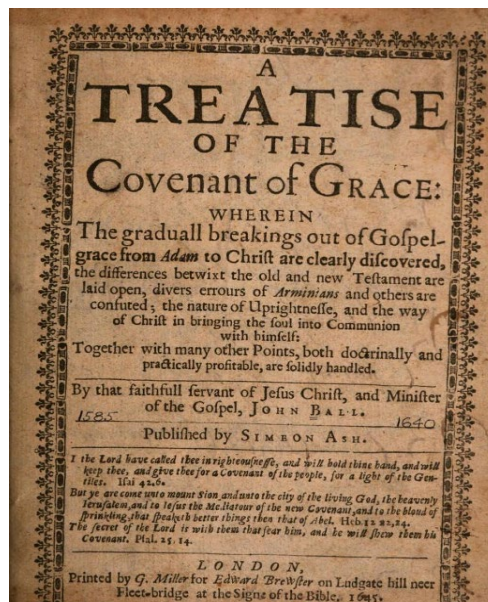
A palavra “*coworking*” não é um termo novo. Ela apareceu pela primeira vez no livro “*The powring ovt of the seven vials*”, publicado em 1628, e trazia um elogio ao poder do *coworking*. O termo era uma admiração ao poder do *coworking* de Deus e seus representantes. O termo gerou várias publicações subsequentes como no livro “FOR THE DIVINE PREDEFTINATION, CONCORDED WITH ORBODOX DOTRINE OF GOSDS FREE-GRACE, AND MANS FREE-WILL”, de 1645, que justificava a fé de Abraão. Assim, ao longo do tempo o conceito mudou e se tornou uma representação de trabalho de forma independente, mas em conjunto (COTTON, 1642).

Figura 1 - O poder de ferro dos sete frascos.



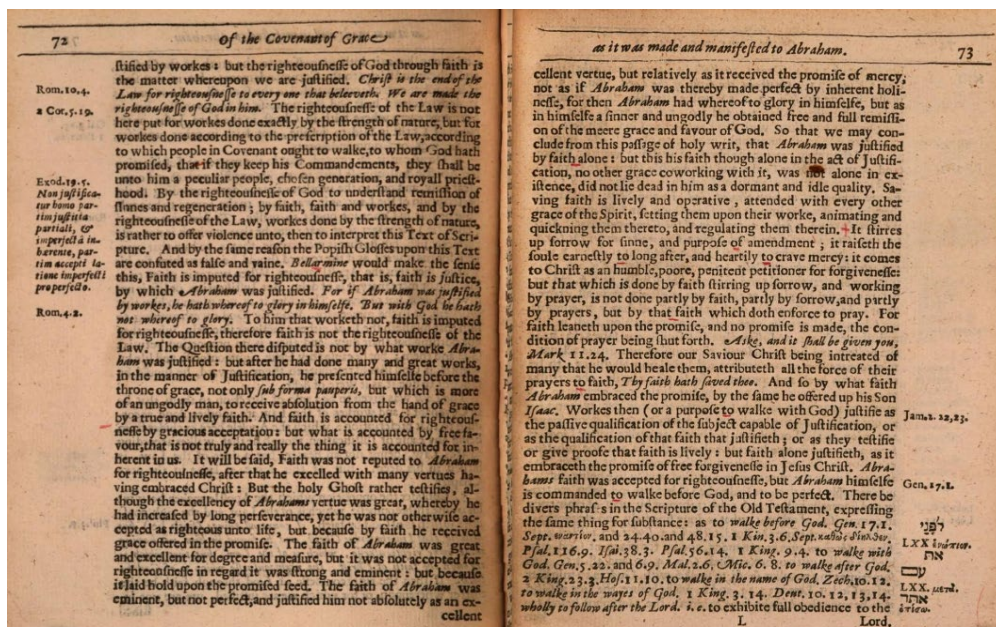
Fonte: https://play.google.com/books/reader?id=jRstAAAAYAAJ&hl=pt_BR&pg=GBS.PA68

Figura 2 - Capa do livro A Treatise of The Covenant of Grace



Fonte: https://play.google.com/books/reader?id=Fvk2AAAAMAAJ&hl=pt_BR&pg=GBS.PA72

Figura 3 - A Treatise OF The Covenant of Grace



Fonte: https://play.google.com/books/reader?id=Fvk2AAAAMAAJ&hl=pt_BR&pg=GBS.PA72

Em 1995, a C-base, uma organização sem fins lucrativos localizada na Alemanha, foi o primeiro “*hackerspaces*”³ do mundo. Em 2002, o espaço promoveu o primeiro acesso público de internet com a rede Wi-Fi disponível e gratuita, gerando um dos primeiros passos de interação.

Figura 4 - Hackerspace de base C – 2008



Fonte: Hackerspaces

Em 1999, DeKoven usou a palavra “*coworking*” como uma forma de identificar um método que facilitaria o trabalho colaborativo e as reuniões de negócios coordenadas por computadores. Ele percebeu que os negócios e as pessoas eram muito isolados hierarquicamente, e assim criou o termo “trabalhando juntos e iguais”, desenvolvendo um método apoiado no trabalho coletivo (“The Coworking connection”, 2013). No ano de 2002, foi aberto o primeiro espaço nomeado como centro comunitário para empreendedores, o “*Schraubenfabrik*”. Mais tarde, o local foi ampliado pela Hutfabrik, em 2004 e pelo Rochusoark, em 2007, sendo a primeira rede de espaços compartilhados (STEFAN LEITNER-SIDL, 2012). O primeiro espaço de *coworking* oficial foi aberto em São Francisco, nos Estados Unidos, em 09 de agosto de 2005, por Brad Neuberg, que alugou espaços de trabalho comunitários para desenvolvedores e escritores autônomos (NEUBERG, 2005)

³ hackerspace: formato de um laboratório comunitário que segue a ética hacker, tendo espírito agregador

Figura 5 - Dois colegas de trabalho do primeiro espaço de coworking



Fonte: Codingin Paradise

Na Alemanha, o St. Oberholz abriu, em 2005, como um dos primeiros cafés em Berlim a oferecer acesso gratuito à internet e permitir que as pessoas trabalhassem com seus computadores como convidados. Oberholz conta esta história em seu livro “Fierre oder zum Mitnehmen?: Geschichten aus dem St. Oberholz”. Hoje, St. Oberholz oferece um verdadeiro espaço de *coworking* acima do *coffeeshop* (OBERHOLZ, 2012).

Figura 6 - Primeiro café na Alemanha, St. Oberholz



Fonte: Alamy

Com o crescimento dos primeiros *coworkings*, em 2006, começou em São Francisco a WIKI COWORKING, que teve como um dos cofundadores, Chris Messina, o mesmo que desenvolveu o termo hashtag, muito usado hoje como forma de busca nas redes sociais (BLACK, 2018). Com o crescimento, a Hat Factory abriu como o primeiro espaço em tempo integral para que pessoas pudessem trabalhar, podendo ser chamado de "espaço de *coworking*". O local foi aberto por Brad Neuberg, Chris Messina e Tara Hunt, somando 30 espaços de *coworking* em todo o mundo.

No ano de 2007, a palavra *coworking* foi encontrada no banco de dados do Google como uma tendência de espaços compartilhados. Desde então, as consultas de pesquisa aumentaram com o termo "*coworking*" prevalecendo sobre outras palavras de pesquisa. O conceito de *coworking* tornou-se parte da grande mídia nos Estados Unidos. No entanto, até cerca de 2009 e 2010, o termo era restrito apenas ao país. A Indyhall desenvolveu um espaço de *coworking* na Filadélfia sem ter um orçamento pré-estabelecido, criando assim uma comunidade com 30 pessoas dispostas a terem um espaço de trabalho pago antecipadamente (ORSO, 2015).

Figura 7 - Coworking em Philly: Indy Hall

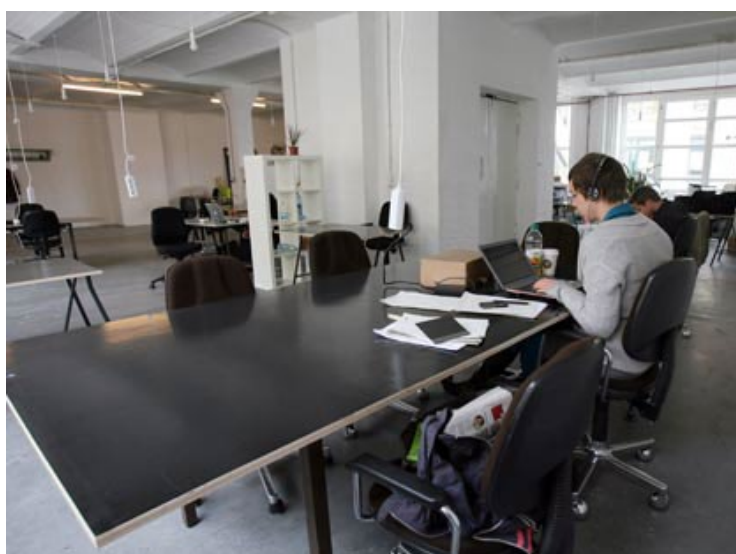


Fonte: Spirited Media

Os primeiros encontros não oficiais aconteceram em 2008 durante o South By Southwest (SXSW). Com base nessas reuniões e na primeira conferência de *coworking* em Bruxelas, em 2010, a cofundadora da Loosecubes, Anna Thomas, decidiu em 2011 organizar a primeira conferência oficial de *coworkings*. Até o final de 2008, existiam cerca de 160 espaços compartilhados em todo o mundo.

No ano de 2009, surge o primeiro livro americano sobre *coworking*: “I’m Outta Here! ”. A obra relata como o *coworking* deixou de ser um escritório obsoleto e mostra o pensamento das pessoas e os lugares que deram início à revolução no local de trabalho nos EUA (SUNDSTED; BACIGALUPO; JONES, 2009). Na Alemanha, o café da Betahaus foi um dos primeiros a serem chamados “espaços de *coworking*” oficiais, inaugurado em março de 2009 (BOCK, 2009).

Figura 8 - Café da Betahaus



Fonte: Manager-Magazin

Nos anos seguintes a tendência do *coworking* como espaço de trabalho e geração de conhecimento só aumentou. Entre 2010 e 2018, foram mais de 13.800 *coworking* encontrados em todo o mundo. Hoje, no Google podemos encontrar com a hashtag “*coworking*” mais de 1.100.000 resultados na busca (“O mapa do coworking no mundo”, 2018).

2.2. Evolução do *Coworking* no Brasil

O site Coworking Brasil desenvolveu um censo no país sobre o crescimento dos *coworkings*. São análises de novos espaços e sua evolução com perfil de maturidade e tipos de comunidades entre outros.

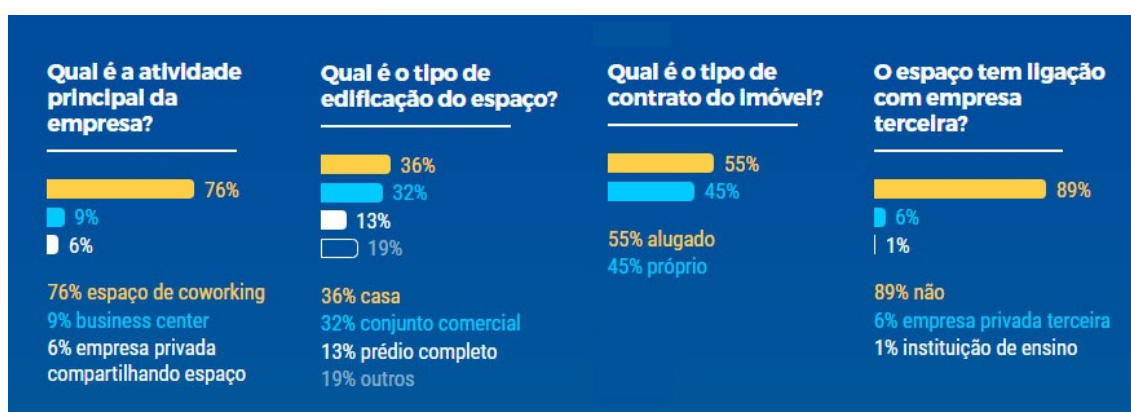
Com um crescimento de 52% em 2015 e uma explosão de 114% entre 2016 e 2017, o mercado brasileiro começou a criar um amadurecimento de novos espaços compartilhados. Para comprovar o crescimento dos *coworkings* no Brasil, em 2018, este perfil foi reformulado se tornando, mais sustentável. Em 2018, com um crescimento de 48% de novos espaços, o país totalizou 1.194 locais conhecidos, com 55 mil metros quadrado somados e espalhados por 169 municípios diferentes em 26 estados do Brasil. O estado com maior concentração de espaços foi São Paulo, com 60% dos novos lugares registrados.

Os *coworkings* geraram mais de 127 milhões de reais em movimento e uma circulação de 214 mil pessoas diariamente em todos os espaços no Brasil. Com 88 mil novas estações de trabalho disponíveis e 7 mil empregos diretos.

Assim, os *coworkings* estão gerando novas estruturas e características diversificadas em cada espaço, trazendo uma grande pluralização do perfil dos espaços. Cada local traz suas particularidades com diferentes serviços, agregando um relacionamento entre o fundador e os membros e criando maturidade e convívio.

O site Censo Coworking Brasil mostra quais são as atividades exercidas e as ações que as empresas desenvolvem nos espaços. Para 76%, as atividades são de *coworking*, como estação de trabalho individual ou para pequenas empresas. Outros 9% são para encontros de empresas e empreendedores. Geralmente, os espaços estão em casas, com 36% do total. Os *coworkings* geralmente são alugados, com 55%, para a terceirização de serviços compartilhados.

Figura 9 - Estrutura e principais características



Fonte: <https://coworkingbrasil.org/censo/2018>

As empresas que passaram pelo Censo consideram que a maturidade dos seus negócios está em fase inicial com 33%. Outros 29% mostraram que já passaram da fase inicial e estão conseguindo se manter no mercado.

Geralmente a origem do investimento vem de cada pessoa, sendo que de seus próprios recursos financeiros ou empréstimo familiar totalizam 82%.

Figura 10 - Maturidade do negócio



Fonte: Coworking brasil

A interação e o convívio do espaço de *coworking* hoje estão limitados a empresas de pequeno porte com até três pessoas. Há uma estimativa de que mais de 200 mil pessoas frequentam eventos e usam os espaços como ponto de encontro para reuniões, ou pessoas que querem conhecer os espaços gerando, assim, um fluxo diário.

Figura 11 – Comunidade



Fonte: Coworking brasil

A maioria dos *coworkings* no Brasil tem entre 20 a 25 pessoas fixas e mensalmente há uma circulação diária de 200 pessoas em cada espaço compartilhado no país. Com um tempo de permanência de 3 a 6 meses, os usuários de *coworking* são bastante qualificados e gostam da interação gerando valores e compartilhando experiências e aprendizados com todos (“Censo Coworking Brasil 2018”, 2018).

2.3. Coworking como Espaço de Trabalho

Coworking é um estilo de trabalho autodirigido, colaborativo e flexível que se baseia na confiança mútua e no compartilhamento de objetivos e valores centrais comuns entre seus membros. Os integrantes tratam-se da mesma forma, podem aumentar seu bem-estar trabalhando em um ambiente colaborativo e praticam a

cooperação, maior capital econômico, social e cultural, que está acima do que é possível por meio de uma forma isolada de trabalho.

De acordo com o SEBRAE (2016), espaços compartilhados são utilizados como uma estratégia de negócio ou estudo de uma startup, para dar visibilidade, ter estrutura e capturar contribuições de diferentes profissionais.

Segundo LEFORESTIER (2009), os espaços compartilhados denominados *coworkings* são espaços físicos que reúnem profissionais que trabalham fora do escritório convencional, que geralmente são empresários independentes, freelancers, empreendedores, estudantes e profissionais autônomos que buscam interação humana, já que no *home office*, geralmente, o trabalho acaba sendo isolado.

Espaços de *coworking* têm como base o conhecimento e precisam desenvolver uma cultura para gerar a inovação. Para que isso aconteça, é necessário haver uma dedicação para pensar em como gerir os conhecimentos, por meio da tecnologia da informação, da organização do trabalho, da gestão para inovação e da gestão de pessoal. Os fluxos de produção destes espaços são direcionados pelas ideias, sendo o tempo e o conhecimento o foco para os negócios ou projetos (KOROBINSKI, 2001).

Para entender e compreender os adeptos a esse estilo de trabalho, em 2007, o *Wiki of Coworking* realizou um levantamento com 120 *Coworkets*, buscando identificar as características dos espaços de *coworkings*. De acordo com a pesquisa, o espírito da comunidade e o ambiente são elementos considerados muito importantes pelos usuários dos espaços compartilhados (CANTARERO MUNHOZ *et al.*, 2013).

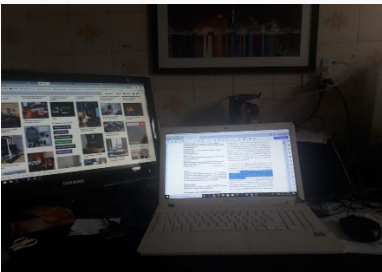
Um outro estudo investigou os padrões de localização e os efeitos dos espaços de *coworking* no ambiente urbano. O desenvolvimento do levantamento revelou que em 68 locais de Milão, os padrões de localização se assemelhavam às indústrias de serviços em áreas urbanas e, principalmente, os chamados "clusters creativos". Além disso, esta pesquisa lançou luz sobre alguns dos efeitos urbanos, como a participação do *coworking* em iniciativas locais, contribuindo para as tendências de revitalização urbana e as transformações físicas em microescala (AKHAVAN *et al.*, 2019b).

Os espaços e os ambientes de inovação são diversificados e possuem características distintas, seja no tipo de ambiente físico com design diferenciado ou não. Assim, os locais possibilitam eventos, cursos e atividades vinculadas à disseminação do conhecimento, bem como no desenvolvimento e gestão de

comunidades para a promoção e a cultura da inovação e do empreendedorismo. CAMPOS, TEIXEIRA E SCHMITZ (2015) apresentam alguns destes “novos” modelos de ambientes de inovação.

Os espaços de *coworking* podem ser classificados em: espaço para o empreendedorismo, espaço para instituição de ensino, espaços para crianças e adolescentes e espaços públicos.

Tabela 1 - Espaço de Coworking Comercial

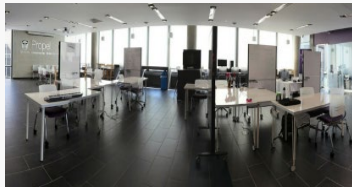
Labs	São laboratórios criados por empresas e grandes corporações para o desenvolvimento de inovação.	Figura 12 - Labs 
Incubadoras	Projetadas para apoiar a criação de empresas e empresários em desenvolvimento. Fornecem princípios e estruturas necessárias para empresas em crescimento para que estas rapidamente possam conquistar clientes e escala de mercado.	Figura 13 – Incubadoras 
Home Office	São escritório em casa, com base no trabalho remoto ou como um negócio independente.	Figura 14 – Home Office 
Coffee Shop	Cafeterias que vislumbram o potencial da força de trabalho remota de profissionais que necessitam de um espaço diferente do habitual, com uma melhor oferta de internet wifi, pequenas mesas e tomadas de energia em abundância, serviço de alimentação, segurança e possibilidade de networking.	Figura 15 - Coffee Shop 

Coworking Spaces	São utilizados por empresas para estarem mais próximas do seu público consumidor e assim possibilitar a inovação gerada fora do ambiente da empresa. Tem como objetivo testar produtos e novos modelos de negócios junto ao cliente de forma aberta e flexível.	Figura 16 - Coworking Spaces 
Corpworking	Empresas estão abrindo seus ambientes para o trabalho colaborativo junto as suas redes de fornecedores, clientes e parceiros de negócios, em modelos de ambientes flexíveis que possam acomodar suas redes para trabalharem, após o término de reuniões ou de forma esporádica.	Figura 17 - Corpworking 
Coworking publico	Assim como os coworkings privados as instituições públicas estão criando espaços para fomentar o empreendedorismo.	Figura 18 - Coworking Publico 

Fonte: Adaptada de Coworking Spaces: Conceitos, Tipologias e Características

Na tentativa de contribuir para a criação de conceitos para estas novas modalidades apresentam-se algumas manifestações e/ou derivações dos *coworkings*, bem como ambientes, que estão adotando este conceito e podem assim ser definidos:

Tabela 2 - Espaço de Coworking Criança e adolescente

Coworking Kids	Atividades previstas habitualmente em um modelo tradicional, disponibiliza espaços destinados a crianças de diversas faixas etárias, com atividades, orientação de cuidadores/professores e alimentação; em ambientes como brinquedotecas, espaços de estimulação, biblioteca e espaços de leitura, jogos e recreação.	Figura 19 - Coworking Kids 
School Coworking	As escolas também estão aderindo aos novos modelos de ambientes de inovação e os coworkings estão substituindo as salas de aulas tradicionais. Porém, o conceito de trabalho compartilhado nas escolas se relaciona ao desenvolvimento de atividades pedagógicas orientadas para o processo de ensino aprendizagem.	Figura 20 - School 
University Coworking	As universidades estão aderindo a este novo conceito de espaço, pois possibilita o desenvolvimento de trabalhos acadêmicos, pesquisas, atividades regulares de empresas juniores, desenvolvimento de projetos, novos negócios, bem como, serve de espaço de trabalho para estudantes que já possuem negócios, ou de empresas que possuem relacionamento de negócios com a universidade e instalam nos university coworking unidades da sua empresa.	Figura 21 - University Coworking 

Fonte: Adaptada de Coworking Spaces: Conceitos, Tipologias e Características

Tabela 3 - Espaço de Coworking diferentes

Parklets Coworking	O termo Parklet foi utilizado pela primeira vez em 2005, como um mini-parque no espaço de estacionamento, que segundo a Prefeitura de São Paulo (2014) trata-se de uma ampliação do passeio público, por meio da implantação de plataforma instalada no espaço reservado a estacionamento na rua, com o objetivo de ampliar a oferta de espaços públicos, promover a convivência, estimular processos participativos, incentivar o transporte não-motorizado e criar um novo cenário para as ruas.	Figura 22 - Parklets Coworking 
Casas Compartilhadas	São residências compartilhadas, como as antigas repúblicas jovens, porém, este novo formato possibilita o desenvolvimento de atividades de trabalho, gastronomia, educação, eventos, artes e entretenimento, utilizando a cultura do compartilhamento como premissa.	Figura 23 - Casas Compartilhadas 

Fonte: Adaptada de Coworking Spaces: Conceitos, Tipologias e Características

Os espaços citados nas Tabelas 1, 2 e 3 são relativamente novos como conceitos e possuem menos de 25 anos de existência. São ambientes que estão sendo criados por instituições de ensino, empresas, corporações e profissionais que utilizam estes locais. Os ambientes precisam de uma transformação cultural e um modelo metodológico, que podem ser baseados na colaboração, na inovação e na flexibilidade e criam uma cultura empreendedora para garantir máxima utilização e performance dos espaços.

O *coworking* oferece um conjunto de serviços que ajuda os empreendedores e os estudantes, como em caso de startups, a começarem um projeto de um negócio de forma inovadora, com um olhar para os desafios e para o futuro. Mas, o conceito também inclui alguns inconvenientes e é preciso saber lidar com eles.

SWOT Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças), consiste em uma ferramenta de análise bastante popular no âmbito empresarial. A análise SWOT é um importante instrumento utilizado para planejamento estratégico que consiste em recolher dados importantes que caracterizam o ambiente interno (forças e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças) da empresa.

Matriz SWOT: As informações referidas abaixo devem ser enquadradas nas categorias SWOT para análise do cenário da empresa:

- Strengths (forças) - vantagens internas da empresa em relação às concorrentes. Ex.: qualidade do produto oferecido, bom serviço prestado ao cliente, solidez financeira, etc.
- Weaknesses (fraquezas) - desvantagens internas da empresa em relação às concorrentes. Ex.: altos custos de produção, má imagem, instalações desadequadas, marca fraca, etc.;
- Opportunities (oportunidades) – aspectos externos positivos que podem potencializar a vantagem competitiva da empresa. Ex.: mudanças nos gostos dos clientes, falência de empresa concorrente, etc.;
- Threats (ameaças) - aspectos externos negativos que podem por em risco a vantagem competitiva da empresa. Ex.: novos competidores, perda de trabalhadores fundamentais, etc.

A ferramenta foi utilizada para criar um modelo organizacional de coworking, gerando um perfil de utilização dos espaços compartilhados. Segundo LEFORESTIER (2009), a análise deste modelo organizacional é feito da seguinte forma:

Tabela 4 - Análise SWOT do modelo Organizacional De Coworking

Forças	Fraquezas
• Economia na mesa de escritório: alugar uma mesa é menos dispendioso do que administrar seu próprio escritório. • Flexível: é um custo variável. Mesas podem ser alugadas por 1 dia, ou vários meses. • Ampla gama de serviços: espaços de coworking oferecem todos os serviços que um funcionário pode esperar de sua empresa para trabalhar em boas condições. Ainda mais, os colegas de trabalho não precisam se preocupar com suprimentos. • Experiência de socialização perfeita para evitar o trabalho solitário e improdutivo em casa. • Interações e colaboração com os outros colegas de trabalho: você se beneficia da comunidade. • Possibilidade de participar de eventos de networking, conferências, demonstrações, etc. • Participação em uma comunidade, sentimentos de ser importante e receber apoio. • Ambiente amigável e inovador: desenhos, lounge, eventos, todos os elementos estão presentes para promover inovação. • Colegas de trabalho: pessoas talentosas provenientes de diferentes origens, prontas para ajudar umas às outras, fornecendo conselhos e apoio.	• Lago de privacidade: possibilidade de ouvir a comunicação de colegas de trabalho ou ter uma ideia de um site que ainda não foi lançado. • Propriedade intelectual: algumas discussões podem ser públicas para envolver outras mentes. Alguns empresários protegem suas inovações assinando acordos de não divulgação. Mas, isso na prática é proibido pelo Espaço do Cidadão, por exemplo. • Negociar os limites públicos/privados: quanto mais você expuser seu projeto, mais feedbacks você receberá, mas ele também estará mais vulnerável. • Lago de colaboração: alguns dos colegas de trabalho podem preferir trabalhar individualmente, sem compartilhar o valor do espaço de trabalho colaborativo. É difícil para todos se sentirem empoderados, apoiadores e tomadores de iniciativas. • Adequação do espaço: às vezes, a configuração do espaço não se encaixa nas expectativas dos colegas de trabalho. Dependendo da natureza do negócio, os empreendedores precisam de ferramentas (prancheta para designers, por exemplo). A maioria dos espaços de coworking são dedicados a empreendedores da web, o que implica o uso exclusivo de um laptop. • Falta de frequência: por não ser “o escritório deles”, o ímpeto de ir trabalhar é reduzido. No entanto, se a massa crítica não for alcançada, as vantagens de um espaço colaborativo são perdidas.
Oportunidades	Ameaças
• Extensão dos serviços propostos: secretaria, desenhos, promoção, etc. • Coworking dedicado a setores específicos para adaptar o espaço a requisitos específicos.	• Problemas de hackers: os colegas de trabalho são bastante sensíveis quanto à segurança e confidencialidade. Espaços de coworking podem ser vulneráveis a hackers, dado o público do espaço: a

• Primeiramente desenvolvido nos EUA, mas o conceito foi exportado para diferentes países da Europa e em todo o mundo. • Criação de uma comunidade mundial de colegas de trabalho para compartilhar mais ideias e interagir com pessoas de diferentes países. Uma rede chamada "Colegas de trabalho unidos" está em construção e deve reunir todos os espaços de trabalho conjunto. • O conceito poderia ser implementado em empresas que querem oferecer mais ambientes para que seus funcionários inovadores ganhem em eficiência.	maioria é especialista em web. Colegas de trabalho temem que alguém escute suas ideias. Alguns espaços têm desenvolvido senhas seguras para o modem sem fio, mas os hackers são mais ágeis. Percebe-se que as startups são muito menos interessantes para os hackers do que empresas importantes. • Os espaços de trabalho podem sofrer a concorrência de cafés que oferecem acesso gratuito à internet na compra de um café. É mais barato do que trabalhar em conjunto dependendo do consumo. Cafés poderiam adaptar-se a essa nova tendência diversificando seus serviços • Desenvolvimento da tecnologia 3G: agora o acesso Wi-Fi 3G é possível em todo o mundo por meio do pagamento de uma taxa por mês, permitindo, assim, trabalhar em muitos lugares diferentes por um bom preço. • As startups e os empreendimentos foram pouco afetados pela crise financeira. A crise de crédito tem abrandado a criação de startups e desencorajado alguns empresários. Esta tendência pode reduzir o número do público potencial.
--	--

Fonte: Adaptado de Leforestier (2009).

Os espaços de compartilhamento têm muitas vantagens para disseminar o aprendizado e gerar interações entre os usuários que compartilham suas experiências. No entanto, estar em contato com os outros e não ter um escritório próprio real implica ser capaz de viver em comunidade.

Assim, no Brasil os movimentos e a estruturação destes ambientes de inovação e espaços compartilhados possuem menos de 25 anos de existência, e por sua juventude, as pesquisas sobre o tema ainda são exordiais. O objetivo é levantar dados para verificar um espaço de inovação que possa unir metodologia e aprendizado para identificar e/ou apresentar os conceitos, as tipologias e as características dos *coworkings* de design como ambiente.

2.4. Espaços Compartilhados (Coworking)

As mudanças ocasionadas no mundo contemporâneo, com a globalização e as novas tecnologias, causaram transformações nas organizações e no mercado.

"Ele está radicalmente diferente, em virtude de forças sociais importantes e algumas vezes interligadas que criaram novos comportamentos, oportunidades e desafios (KOTLER; KELLER, 2016)."

A internet facilitou a execução de muitos trabalhos a distância e cada vez mais é necessário haver praticidade, alterando assim a dinâmica das organizações. Os avanços tecnológicos dos últimos anos permitiram uma flexibilização da força de trabalho. Com o uso de um computador, telefone celular e acesso à internet, qualquer pessoa pode trabalhar praticamente de qualquer lugar e isso reduz consideravelmente os custos necessários para iniciar uma própria pequena empresa ou um projeto, principalmente quando o ativo mais importante está dentro da capacidade do homem em criar e gerar conhecimento. Esses fatores estão agora combinados com um movimento em direção a estruturas altamente inovadoras nas empresas. Grandes companhias, com estruturas antigas, são incapazes de responder com a rapidez necessária para as novas tendências e tecnologias. Elas enfrentam pressões para utilizarem trabalhadores contratados e especializados para reduzirem custos e permanecerem flexíveis e inovadores. (FOERTSCH, 2011)

O trabalho independente nem sempre é a primeira escolha das pessoas. Os trabalhadores autônomos se inserem no mercado de trabalho flexível involuntariamente. A transição para o trabalho autônomo, às vezes, é a única alternativa ao desemprego ou emprego mal remunerado, mas também pode ser o sonho de ser seu próprio chefe com flexibilidade e autonomia. Esta modalidade independente de trabalho pede locais que tenham uma capacidade de interação entre as pessoas e que possam gerar novos conhecimentos, principalmente inovação. O saber desempenha um papel cada vez mais importante. Pessoas com habilidades computacionais podem rapidamente se tornar independentes, gerando uma nova era de trabalho flexível que é adequado às novas formas de emprego. Um exemplo são os indivíduos que trabalham em *home office*. Estas preferem trabalhar em sua

residência, porém, esse ambiente oferece muitas distrações e poucos contatos com empreendedores.

Os espaços de *coworking* são ambientes onde é possível empreender ao compartilhar uma estrutura física. Estes locais proporcionam interação, troca de conhecimentos e oportunidades de negócios. O termo comunidade é muito comparado aos *coworkings*. Esta analogia acontece com pessoas que estão interessadas em empregos individualizados buscando informação para a geração de ideais e reflexões. A busca por estes tipos de espaços pode ser explicada por pessoas à procura de alternativas para resolverem as dificuldades que enfrentam no processo profissional.

Atualmente os ambientes de inovação são diversificados e possuem características distintas, seja no tipo de espaço físico, nas *facilities*, na oferta de espaços físicos e virtuais, nas possibilidades de eventos, cursos e atividades vinculadas a disseminação do conhecimento, bem como no desenvolvimento e gestão de comunidades para o desenvolvimento da promoção e da cultura de inovação e do empreendedorismo (CAMPOS; TEIXEIRA; SCHMITZ, 2015).

Os espaços de *coworking* representam uma organização que foi moldada de acordo com as dinâmicas da globalização. Assim, faz-se necessário entender como alguns elementos internos a uma organização, como sua cultura organizacional e o design, fazem parte deste processo.

2.5. Ergonomia Organizacional

A ergonomia vem sendo estudada como disciplina em diversas áreas do conhecimento entre as quais as Ciências Naturais e as Ciências Humanas, especificamente em áreas que envolvem o desenvolvimento de projetos como o Design, a Arquitetura e a Engenharia. Diversos são os autores que discutem a utilização do termo ergonomia como disciplina e as definições abrangem várias abordagens que vão desde a antropotecnologia até a macroergonomia, por exemplo. Entre os autores que estudam o tema estão: JARSTEMBOWSKY (1979), MURRELL (1973), WISNER (1967, 1974, 1993), BROWN JR. (1986) e HENDRICK (1991) que trazem uma reflexão sobre o termo e o significado da ergonomia, no entanto, um

termo que mais se adequa a este trabalho foi estabelecido pela ABERGO, com base na definição internacional de Ergonomia que assim se descreve:

Entende-se por ergonomia o estudo das interações das pessoas com a tecnologia, a organização e o ambiente, objetivando intervenções e projetos que visem melhorar de forma integrada e não dissociada a segurança, o conforto, o bem-estar e a eficácia das atividades humanas.

Com o desenvolvimento da informática na década de 1980 e os novos postos de trabalhos informatizados com máquinas programáveis em todos os setores da sociedade, as atividades antes feitas por pessoas agora eram realizadas por equipamentos. Este processo trouxe um desafio à ergonomia que passou a abranger aspectos cognitivos como percepção do processamento de informação e resolução do trabalho. Com o crescente uso de máquinas computadorizadas, como celulares, notebooks, robôs programáticos, entre outros, o ser humano passou a programar e controlar estes equipamentos transferindo grande parte da sua habilidade física agora com um viés cognitivo. O termo cognitivo pode ser definido como o processo que envolve o raciocínio, memória e a atenção das pessoas dentro de seu espaço de trabalho. Assim as informações antes arquivadas em locais físicos estão agora disponíveis de forma on-line, alterando, desta forma, as tomadas de decisão e as deixando mais rápidas, já que as informações dão uma base de melhor qualidade.

Desenvolver o capital humano para a implementação de situações que fornecem o sucesso e a aquisição ou construção do saber-fazer necessita de interação na própria empresa para a elaboração de critério que capacite este capital e sua capacidade de inovar e desenvolver seu melhor. Segundo FALZON (2016a),

Os desenvolvimentos dos indivíduos e das organizações só são possíveis se os sujeitos dispuserem de margem de manobra, de liberdade de ação, esta última incluindo a possibilidade de construir de modo contínuo, as regras de trabalho. (FALZON, 2016a)

O desenvolvimento e a possibilidade de mudança específica da ergonomia ampliaram significativamente os aspectos organizacionais no trabalho em grupo e a organização da produção e do gerenciamento do trabalho contribuindo ocasional ou esporadicamente. Nesse contexto, a colaboração exterioriza uma presunção de tais objetivos.

Por “construtivista” e “desenvolvimentista”, queremos dizer que tanto o operador como os coletivos são construídos na interação e com o mundo e na ação sobre ele, tanto para entendê-lo como para transformá-lo. É a atividade construtiva, de desenvolvimento dos indivíduos que constitui o motor da aprendizagem, da transformação e do desempenho. Ela visa a maximização das oportunidades. (FALZON, 2016a)

A ergonomia tem como objetivo a adaptação do trabalho, dos ambientes e das máquinas ao homem para desenvolver o potencial capacitante de cada empresa. Assim, ela contribui simultaneamente junto às pessoas para a aquisição do seu melhor. Portanto desenvolve suas competências para obter um desempenho satisfatório. O objetivo não é a elaboração de novas atividades, mas a organização do modo já existente que permita às pessoas desenvolverem suas atividades agregando valor ao que produzem. (MOLLO; FALZON, 2004)

Segundo a International Ergonomics Association (IEA), profissionais de ergonomia contribuem para a concepção e avaliação de tarefas, produtos, ambientes e sistemas, para torná-los compatíveis com as habilidades, necessidades e limites das pessoas.

Figura 24 - O que é ergonomia (IEA)



Fonte: <https://www.iea.cc/>

A Figura 24 representa o design centrado no ser humano, gerando os fatores ergonômicos adequados para o desenvolvimento de uma ergonomia bem definida. Os ergonomistas praticantes devem ter um amplo entendimento do escopo completo. Ou seja, a ergonomia promove uma abordagem holística em que considerações de fatores físicos, cognitivos, sociais, organizacionais, ambientais e outras características relevantes são levadas em consideração. Existem domínios de especialização dentro da disciplina, que representam competências mais profundas em atributos humanos específicos ou características da interação com o homem, incluindo a compreensão e emulação de certos comportamentos, como a sinalização afetiva e social (PANTIC *et al.*, 2007).

A ergonomia contribui decisivamente para que os trabalhadores tenham as condições requeridas para executar satisfatoriamente suas tarefas. Assim sendo, a explosão da demanda por ergonomia se explica pelo fato de que na vida cotidiana atual nos tornamos todos operadores. O embasamento para a compreensão da dinâmica do comportamento grupal discute como as pessoas reunidas são influenciadas pelos padrões de comportamento de um grupo e são atraídas uns pelos outros (ROGELBERG; ROGELBERG, 2002).

Por uma outra definição, a ergonomia pode ser aplicada como disciplina aos problemas do desenvolvimento de tecnologia de interfaces para a concepção, análise, testagem, normatização e controle dos sistemas de trabalho:

“[...] a concepção de sistemas de trabalho sob o ponto de vista da atividade das pessoas que nele se integram, de produtos sob o ponto de vista de uso e manuseio pelos adquirentes, de sistemas informatizados sob a ótica da usabilidade (interatividade facilitada, amigabilidade, customização etc.) de estruturas organizacionais do ponto de vista dos que nela trabalham e assim por diante (VIDAL, 2008).

O desenvolvimento dos sistemas de trabalhos pode gerar um conjunto de competências combinadas, emoções geradas e sensações vivenciadas. A situação, então, afeta muito mais do que os processos intelectuais. É todo o ser que está imerso e que, às vezes, pode até ser sobrecarregado e desorientado. Os conjuntos destas competências geram uma construção da experiência profissional e trazem um desempenho eficaz das atividades profissionais. (AUDRAN, 2016, p.10).

LAVILLE (1977) define que a ergonomia é um conjunto de conhecimentos e atividades e seu desempenho é aplicado para a concepção de tarefas. Para LAVILLE, existem dois tipos de ergonomia: a de correção e a de concepção. A de correção permite a procura das melhores condições de trabalho existentes. Já a de concepção busca a introdução do conhecimento sobre as pessoas desde o projeto do instrumento da máquina, por exemplo, até os sistemas de produção. De acordo com HENDRICK (1994), a ergonomia, em termos de sua tecnologia, pode ser definida como:

O desenvolvimento e aplicação da tecnologia de interface do sistema ser humano-máquina. Ao nível micro, isso inclui a tecnologia de interface ser humano-máquina, ou ergonomia de hardware; tecnologia de interface ser humano-ambiente, ou ergonomia ambiental, e tecnologia de interface usuário-sistema, ou ergonomia de software (também relatada como ergonomia cognitiva porque trata como as pessoas conceitualizam e processam a informação). Num nível macro temos a tecnologia de interface organização-máquina, ou macroergonomia, que tem sido definida como uma abordagem top-down do sistema sócio-técnico.

ILDA (1993) define a ergonomia como "o estudo da adaptação do trabalho ao ser humano". Assim STERNBERG (2008) acredita que os seres humanos nascem sem conhecimento e, por tal razão, devem buscá-lo por meio da observação empírica. Dessa forma a utilização de um ambiente capacita que as pessoas tenham sucesso e busquem contribuir com o desenvolvimento cognitivo tanto como indivíduo quanto como equipe, estimulando o autoconhecimento e capacitando as pessoas a usarem as opções e escolhas para um bom desenvolvimento. Trata-se de conceber ambientes não somente adaptados e adaptáveis, mas propícios para discussões, em que as invenções cotidianas dos profissionais são discutidas e podem ser integradas à estrutura de modo que a concepção continue no uso. A ideia é que a vida e a experiência "escrevam" o conhecimento em nós (STERNBERG, 2008).

Na visão aqui defendida, a ergonomia se torna o eixo de uma abordagem participativa, com a utilização dos espaços compartilhados, que visa os objetivos de interesse pelas condições, pelos precisos profissionais, por sua trajetória de vida. A finalidade da ação ergonômica contribui para a concepção de ambientes que permitam desenvolver a atividade em todos os seus aspectos: gestuais, cognitivos e

sociais, buscando sempre os seus objetivos de bem-estar e de desempenho (FALZON, MAS, 2017).

Nestes modelos, um ambiente capacitante é aquele que não tem efeitos prejudiciais sobre a pessoa e preserva a sua capacidade de ações futuras. De um ponto de vista universal, um ambiente capacitante é aquele que leva em conta as diferenças individuais, além de características como idade, gênero e cultura, trocando um local que previne a exclusão e gera novas formas de fazer negócios.

A ergonomia passou a estudar o desenvolvimento e a aplicação da tecnologia na interface humano-máquina-ambiente em nível macro, ou seja, a ergonomia está integrada no contexto do projeto e do gerenciamento de toda a organização. Esse novo tipo de abordagem, denominada macroergonomia se baseia em um modelo participativo, no qual o profissional envolvido contribui para que as intervenções se façam necessárias e tenham objetividade, diminuindo a margem de erro no seu desenvolvimento com uma melhor aceitação que foi construída em conjunto. Segundo GUIMARÃES (2006), a Análise Macroergonômica do Trabalho é um método que pode ser utilizado tanto pelo pesquisador ergonomista como pelos representantes das empresas responsáveis pela implantação de ações ergonômicas. Esta implementação de pesquisa pode ser desenvolvida em ambientes compartilhados ou *coworkings*, nos quais a integração de pessoal e de sistemas organizacionais, tenha uma redução de custos e busca a melhoria com conforto e produtividade dos usuários destes espaços. A ideia é conceber um ambiente capacitante que permita aos frequentadores converterem, incorporar, verbalizar e transmitir a capacidade de conceituar a partir de sua experiência.

2.5.1. Comportamento Organizacional

O comportamento organizacional é um campo de atuação determinante para as estruturas empresariais e acadêmicas trazendo uma distribuição de tarefas tanto individual como em grupo de acordo com uma funcionalidade. Assim SIQUEIRA (2002) define o comportamento organizacional:

“...um campo multidisciplinar que examina o comportamento de indivíduos dentro de ambientes organizacionais, como também a

estrutura e o comportamento das próprias organizações “ (SIQUEIRA, 2002).

A especificação do trabalho organizacional divide o serviço em pequenas tarefas padronizadas, que podem ser repetidas muitas vezes. A essência da especialização do trabalho consiste em dividir uma tarefa em certo número de etapas, cada uma realizada por um indivíduo diferente. Assim as pessoas se especializam em realizar parte de uma atividade, em vez de fazer a atividade inteira (ROBBINS; JUDGE; SOBRAL, 2010).

Nesta abordagem, o comportamento organizacional se ocupa do estudo sobre o que as pessoas fazem em um local de trabalho e de como esse comportamento afeta o desempenho organizacional. A análise do estudo está voltada especificamente para situações relacionadas ao vínculo entre pessoas e o espaço de *coworking*, com relação ao comportamento relativo a tarefas, trabalho, absenteísmo, rotatividade, produtividade, desempenho e design.

Há muitas controvérsias sobre a importância relativa de cada um dos segmentos do comportamento organizacional, no entanto, há um consenso que ele inclui componentes básicos como: motivação, poder, liderança, comunicação interpessoal, estrutura, processo de grupos, aprendizado, desenvolvimento de atitudes e percepção, processo de mudança, resolução de conflito e negociação, desenho da tarefa e estresse ocupacional. Todos estes tópicos são utilizados para a sustentação do uso de um espaço compartilhado de um *coworking* (HEATH; SITKIN, 2003).

A abordagem do comportamento organizacional e a concepção da formação laboral favorecem o desenvolvimento e a criação de diversas competências profissionais e acadêmicas. A situação e a transformação do trabalho e uma análise em tempo real fundamentam e constroem ferramentas para a criação de uma ação coletiva e produtiva (DELGOULET *et al.*, 2012).

O desenvolvimento do trabalho coletivo pode ser a divisão das tarefas entre os parceiros de serviço e sua organização, com início, parada, simultaneidade, sequenciamento e ritmo, assim essa divisão nunca é completamente definida por procedimentos determinados, mas sim de confiança. Essa comunicação permite a instalação de regulações que garantem a eficácia da ação quando ela é concebida como uma resposta a uma tarefa ao trabalho coletivo (LEPLAT, 2006).

Segundo CAROLY e BARCELLINI (2006), o desenvolvimento do coletivo de trabalho pode ser um local inovador que gere aprendizagem, questionamentos e argumentações entre os membros do mesmo coletivo.

Assim, o espaço coletivo, de *coworking* ou qualquer outro ambiente de inovação e compartilhamento de espaços desenvolve não apenas uma interação de trabalho, mas uma discussão de educação. A produção de uma atividade com qualidade é um grande desafio para todos os indivíduos. A criação e sua adaptação têm que agir conforme cada situação fazendo de forma diversificada e ágil (RABARDEL; PASTRÉ, 2005).

Em um ambiente organizacional existem diversas competências e seus estados (físico, cognitivo e psíquico) para a criação e o desenvolvimento. A não utilização destes fatores pode deixar o profissional constrangido a aplicar estritamente a prescrição, enquanto o trabalho exige que ele inove e trate com eficácia. As consequências são de dois tipos: por um lado, o resultado do trabalho pode não ser alcançado e por outro, o profissional é impedido de explorar novas competências, o que restringe seu desenvolvimento cognitivo e pode, eventualmente, prejudicar seu estado psíquico (CLOT, 2008; DAVEZIES, 2008).

Um fator inovador no comportamento organizacional são as criações de equipes virtuais que usam a tecnologia da informática para reunir seus membros dispersos em grupos on-line a fim de atingir um objetivo. Um dos aspectos ergonômicos que estas equipes podem enfrentar são desafios específicos, como menos compatibilidade social e menos interações diretas entre os membros do time, não conseguindo reproduzir a troca pessoal como ocorre em uma discussão presencial. Assim, MALHOTRA (2006) define que o ambiente virtual pode ter comentários inflamatórios, as equipes não podem ser monitoradas de perto e os esforços e produtos acabam ficando invisíveis pela empresa.

A essência da especialização do trabalho consiste em dividir um serviço em certo número de etapas, cada uma realizada por um indivíduo diferente. Essencialmente, ela faz com que as pessoas se especializem em realizar parte de uma atividade em vez de fazer a atividade inteira (ROBBINS; JUDGE; SOBRAL, 2010). A indústria criava e produzia produtos e era preciso se adaptar a eles. O design traz uma inversão nesta lógica de produção fazendo com que o produto fosse

projetado para o usuário e agora quem precisava se adequar era o setor produtivo com seus serviços. A utilização de produtos e serviços passou então a ter uma apreciação maior, seja visual ou conceitual.

Figura 25 - DESIGN EVOLUTIVO



Fonte: autor adaptada do DESIGN EVOLUTIVO

Hoje com as novas formas de fazer negócios ou até mesmo inovar, o papel do design é radicalmente diferente.

Criada por BASTOS (2017), esta abordagem para o design organizacional chama-se “DESIGN EVOLUTIVO” e alguns de seus princípios são:

- **Contínuo:** Precisa ser um processo contínuo e incremental, buscando uma melhor estrutura organizacional para aquele momento. Por isso gostamos de estruturas dinâmicas e fáceis de serem adaptadas.
- **Colaborativo:** Todos na organização devem contribuir com este design, pois as diferentes perspectivas contribuem para evitar fluxos de trabalho ineficientes e aumentar a responsabilização.
- **Clareza Organizacional:** A estrutura deve oferecer o máximo de clareza de expectativas para que cada um saiba o que tem que fazer na organização. Isso só acontece se o processo de (re) definição de expectativas for contínuo e um trabalho de todos.
- **Empoderamento estrutural:** Toda responsabilidade deve vir acompanhada de autonomia para ser executada. Isso gera um tipo de empoderamento que é estrutural e não depende da “vontade do chefe”.
- **Livre Fluxo:** A estrutura precisa permitir o livre fluxo de pessoas e informações. Se existe a possibilidade de algum gestor “blindar” um

departamento, você está com um problema nas mãos. Por isso, também, que a transparência precisa ser mais que uma palavra na lista de valores da organização.

Segundo BASTOS (2017), estes princípios são baseados em modelos que usam a autogestão. Os métodos são desenvolvidos por meio de meta-processos, um conjunto de regras que permite a constante evolução de um novo tipo de estrutura organizacional dependendo das necessidades da organização. O desenvolvimento dos indivíduos e da empresa é visto, então, como o meio e a finalidade da intervenção ergonômica, por isso, a postura do ergonomista deve ser tripla: a de um revelador de recursos, a de um indutor para os fatores de conversão e, finalmente, a de um mediador entre os diferentes atores da organização. (FALZON, 2016c)

Para isto, é necessária uma metodologia eficaz e bem aplicada, que permitirá ao profissional desenvolver produtos e/ou serviços inovadores que solucionem problemas. Assim, unem-se as características dos *coworkings* de inovação e geração de conceitos com os métodos para impulsionar estes aspectos, além de identificar ferramentas para ajudar no processo de aperfeiçoamento de métodos a serem desenvolvidos em mídias sociais. Sem método de projeto não há design.

2.5.2. Cultura Organizacional

O termo cultura pode ser aplicado de forma genérica a muitas situações, inclusive, pode ser utilizado para referir-se à tradição, características, entre outros. A palavra também pode ser aplicada no contexto das organizações quando se relaciona com os seus públicos. (CHIAVENATO, 2007).

Segundo Becker, a cultura organizacional é um sistema de valores compartilhados pelos membros de uma empresa que a diferencia das demais (BECKER, 1982). O tema se tornou relevante para todos os que se interessam pela compreensão do comportamento humano nas organizações, uma vez que os valores básicos compartilhados influenciam sobremaneira o modo como os membros das organizações sentem, pensam e agem.

Segundo O'REILLY LLL, CHATMAN, CALDWELL (1991) para capturar a existência da cultura organizacional é preciso alguns passos. Eles dividiram em categorias conforme descrição da Tabela 5.

Tabela 5 - Existência da cultura organizacional

Agressividade	É o grau que as pessoas são comprometidas
Atenção aos detalhes	São as demonstrações, precisões das tarefas, análises e atenção aos detalhes
Estabilidade	É o estado atual
Foco na equipe	É o estado de trabalho em torno da equipe e não no indivíduo
Foco no pessoal	É o foco das considerações e os efeitos dos resultados sobre as pessoas dentro das organizações
Inovação	É o grau que as pessoas são estimuladas a serem inovadoras.
Orientação para os resultados	Onde o foco é maior nos resultados do que as técnicas e os processos empregados para seus objetivos

Fonte: Adaptado de O'Reilly III, Chatman, Caldwell, (1994)

Cada grau destas características existe dentro de uma continuidade que vai de inicial ao avançado. Tudo depende das condições de cada pessoa ou grupo e suas atribuições dentro da organização. Segundo a Tabela 5, ela se torna base dos sentimentos de compreensão compartilhadas que as pessoas têm a respeito da empresa ou espaços de trabalho e de como as coisas podem ser feitas da forma como eles devem se comportar (O'REILLY III; CHATMAN; CALDWELL, 1991).

A cultura organizacional não surge no nada (ROBBINS; JUDGE; SOBRAL, 2010). São as forças que influenciam a criação de uma cultura. Os costumes, as tradições e as maneiras de fazer as coisas em um espaço ou *coworking* dependem muito do que foi feito antes. No caso dos *coworkings*, o maior impacto sobre a cultura

e a organização do espaço deve vir da interação de seus residentes e da forma com que eles agem e fazem a gestão do espaço.

Segundo SCHEIN (1996), o processo de criação de uma cultura organizacional pode ocorrer de três maneiras: o gestor tem que manter as pessoas e seus pensamentos no espaço, para assim poder melhorá-los; a seguir há a socialização entre pessoas e suas formas de pensar, e por fim as pessoas se identifiquem com o espaço e seu valor e convicções.

Assim, a cultura organizacional está relacionada ao modo em que os indivíduos vivenciam a organização e sua rotina de trabalho. Ela está presente nas normas e condutas que os funcionários devem seguir. “Em outras palavras, a cultura organizacional representa as normas informais e não-escritas que orientam o departamento dos membros de uma organização no dia-a-dia e que direciona suas ações para o alcance dos objetivos organizacionais” (CHIAVENATO, 2007)

A importância da cultura para a organização é que ela vai orientar o seu funcionamento, os seus procedimentos, e, por ela ser um reflexo dos valores da empresa, caberá a ela resultar na imagem institucional e nos valores da organização.

Um outro aspecto da cultura organizacional é a utilização do ambiente e suas incertezas. Os ambientes estáveis geram bem menos incertezas do que os dinâmicos. Para minimizar as incertezas, os aspectos estruturais devem ser analisados possuindo três aspectos que podem ser considerados para a construção de um modelo estrutural de uma cultura: sua capacidade, sua volatilidade e sua complexidade (GALE, 2003). A capacidade que o ambiente consegue sustentar em seu crescimento estrutural e das pessoas que ele suporta. A volatilidade de mudanças que pode ocasionar que a gestão tenha dificuldade de fazer previsões exatas de utilização do ambiente e por fim a complexidade de um ambiente, sendo ele um espaço dinâmico como os de um *coworking* que podem unir uma gama de pessoas heterogêneas no local, trazendo uma complexidade de concorrentes e desestruturando o local.

Assim, os espaços que atuam em ambientes caracterizados pela ausência, dinâmica e complexidade enfrentam maior incerteza, pois têm pouco lugar para o erro. Quanto mais escasso, dinâmico e complexo o ambiente, mais orgânica a

estrutura deve ser. E quanto mais abundante e simples o local, mais adequado será o modelo e seu mecanismo.

Em um espaço de *coworking*, a cultura tende a ser diferente de organizações tradicionais. Há uma forma diferente de gerir a comunicação, pois os membros desse local possuem uma relação de clientes e colaboradores simultaneamente.

No mundo contemporâneo, o design tem sido muito discutido em sua área de atuação, por ser uma profissão que nasceu questionando a impotência da arte dentro da indústria, e hoje, discute a melhoria de serviços, produtos e a utilização de ambientes inovadores e serviços para os usuários.

2.6. A Ergonomia e os Espaços de Coworking

Por se tratar de um conceito recente, há poucas pesquisas realizadas sobre a ergonomia e os espaços de *coworking*. Esta carência de estudos sobre o tema no âmbito do Design impacta a visão ergonômica da utilização dos espaços de *coworking*.

Algumas questões interessantes a respeito dos espaços de *coworking* e o seu ambiente colaborativo estão relacionadas com o desenvolvimento de uma mentalidade sustentável e mais responsável. Os *coworkings* e sua utilização colaborativa são muito mais abrangentes e se estendem além do espaço físico. Trata-se de uma mudança de comportamento, por meio de um pensamento global e uma conscientização social. Assim os *coworkings* são exemplos de colaboração e de compartilhamento alternativo para profissionais que buscam uma forma mais sustentável e econômica de estar no mercado, permitindo uma redução de custo e despesas.

Uma função prática pode estar relacionada ao nível comportamental apresentado por Norman (2008). Ela mostra o nível de subconsciente relacionado ao comportamento automático e está associada não apenas a facilidade de utilização, mais sim do uso, e ao prazer de usar, ou seja, está ligado à satisfação de realizar uma tarefa de início ao fim de forma fluída e sem interrupções (NORMAN, 2008). Na busca de atender às necessidades físicas dos usuários de espaços de *coworkings* através da atenção às funções práticas dos produtos sentidos pelo nível

comportamental, a Ergonomia é a melhor aliada do designer. O atendimento dos requisitos ergonômicos, incorporados aos projetos de espaços, possibilitam maximizar o conforto, a satisfação e o bem-estar, além de garantir a segurança do trabalhador e minimizar constrangimentos e custos humanos, melhorando o desempenho das tarefas e a produtividade.

Assim Huwart, Dichter e Vanrie (2012) salientam que o *coworking* não é somente uma partilha de um espaço físico, mas também um local que possibilita o desenvolvimento e o estabelecimento de uma comunidade de pessoas, de pensamento similar que compartilham os mesmos valores, criando, assim, sinergias. É o reflexo dos novos valores do mundo contemporâneo.

Bussacos (2015) define os *coworkings* como um modelo de ambiente de trabalho baseado no compartilhamento de espaço e recursos de escritório, reunindo pessoas que trabalham não necessariamente para a mesma empresa, ou na mesma área de atuação, podendo inclusive reunir entre os seus usuários profissionais liberais, usuários independentes e estudantes. Este modelo possibilita um aspecto ergonômico para obter uma relação de utilização do espaço e as tarefas em conjunto com a utilização do local e o desenvolvimento de relacionamentos de negócios, onde oferecem e/ou contratam serviços.

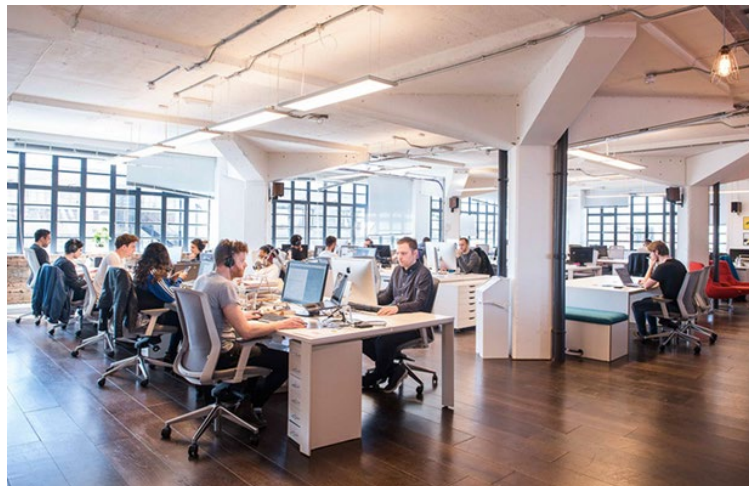
O desenvolvimento do negócio é uma finalidade da ergonomia que contribui para a concepção de um ambiente que permita desenvolver a atividade em todos os seus aspectos: gestuais, cognitivos e sociais, buscando constantemente o melhor compromisso entre objetivos de bem-estar e desempenho (FALZON; MAS, 2007).

O bem-estar dos profissionais que utilizam os espaços de *coworking* tem um grande impacto na produtividade e é constituído por pessoas que anseiam por liberdade, qualidade de vida, independência, integrações e conectividade com o mundo. São questões que podem ser compreendidas como novas dinâmicas de trabalho e projetos compatíveis com a busca destes usuários por sentir prazer em realizar suas atividades e ter um desenvolvimento ergonômico de utilização dos espaços compartilhados. (MENDES, 2014).

Segundo Dabus (2013), o design de interiores corporativo contemporâneo passou a absorver essa orientação desenvolvendo tecnologias e disponibilizando recursos, layouts e conceitos capazes de proporcionar uma ocupação mais

agradável, flexível, ergonômica e, respeitando certos limites, abandonando de vez o padrão rígido e frio que muitas vezes resultava em projetos e produtos incapazes de se adequarem aos usuários.

Figura 26 - Projeto de Creative para A AEI Media



Fonte: Trifle Creative.

Os investimentos relacionados em “qualidade de vida” tornaram-se essenciais, com uma adequação dos mobiliários, apreço à ergonomia e à humanização de espaços compartilhados. Um dos projetos de Dabus foi incluir a iluminação natural. A regra é nunca deixar computadores e monitores virados de frente ou de costas para as fontes de luz. No primeiro caso é gerado ofuscamento, enquanto no segundo, reflexos podem atrapalhar e cansar a visão. O ideal é que a luz incida de lado sobre a tela. Os modelos de Trifle Creative conforme a Figura 26 gera mais conforto e qualidade de vida aos usuários.

Canigali (2017) define que os modelos de *coworking* são mais modernos, integrados e humanizados. Eles têm como característica o compartilhamento de espaços, recursos, conhecimentos e relacionamentos e os profissionais autônomos veem esses locais com menos isolamento, onde ocorre uma interação com diferentes pessoas. Esta integração de diversas equipes, permite uma maior mobilidade e redução de custos. Além de compartilhar ideias e opiniões, o *coworking* é um dos modelos de espaços corporativos muito utilizados no momento.

Esta usabilidade acompanha a evolução da visão das organizações quanto ao seu capital humano. Investir em socialização certamente é aumentar a produtividade e competitividade, contribuindo para o crescimento, a lucratividade e a saúde

financeira não só para a instituição corporativa, mas também para seus colaboradores. Assim o problema para muitos empresários é a percepção da necessidade urgente de incorporar a socialização na política de gestão dos espaços de trabalho, para alguns mais flexíveis às mudanças. A maior dificuldade é como colocar em prática esse conceito, apesar de serem muitas as estratégias de socialização a serem aplicadas nos espaços compartilhados. (SANTOS, 2012)

As estratégias de socialização podem favorecer o surgimento e o amadurecimento de ideias e projetos em grupo, como startups. Oldenburg (1989) classifica os *coworkings* pela óptica dos Terceiros Lugares como ambientes sedes de encontros regulares e voluntários, informais, ou pré-programados por indivíduos, além dos ambientes de casa e trabalho.

A ergonomia física diz respeito às características humanas anatômicas em um espaço bem planejado e facilita o desempenho das atividades, trazendo mais produtividade. Essas transformações tecnológicas rápidas exigem um ambiente mais flexível e ágil na hora de instalar novos equipamentos.

Assim, o mobiliário deve permitir a alteração de layout sem maiores transtornos de obras, que permitem as instalações aparentes com mesas e cadeiras padronizadas, facilitando mudanças futuras. A utilização de *open space* pode ser mais barato e a expansão sem necessidade de alteração da infraestrutura e a utilização para a adequação ergonômica destes espaços com divisórias e biombos propiciam ambiente mais versáteis e produtivos (ROSSO 2006).

Mobilidade é uma palavra-chave quando o assunto é espaço corporativo. A forma de gestão de um *coworking* pode ser alterada em um curto intervalo e a organização precisa acompanhar essas transformações. "A ideia hoje em dia é que tudo possa mudar de lugar. O ideal é o planejamento de poucas estruturas fixas e, sempre que possível, a utilização de elementos adaptáveis, como divisórias móveis" (PINI, 2013).

Um espaço compartilhado contribui para o melhor desempenho da produtividade dos usuários, por isso, o desenvolvimento de uma ergonomia adequada para estes espaços como a iluminação, o mobiliário e o conforto visual, ajudam a aumentar o conforto de seus colaboradores e usuários, gerando um bem-estar ao trabalhador e a seus projetos.

2.7. Mídias Sociais

Historicamente o surgimento das mídias sociais, ou sistemas pós-massivos, modificaram a forma tradicional de conceber emissor e receptor (cada um desses sujeitos com papéis bem definidos), já apresentada por diversas teorias da comunicação. O surgimento da cibercultura implica novos sentidos da tecnologia com a emergência do paradigma informacional. Este instaura a passagem do modo industrial (material e energético) para o informacional (eletrônico-digital). (LEMOS, 2010).

Esse modo informacional é marcado pelo fato de que os conteúdos são criados e postados pelos próprios usuários das redes sociais e isso modifica profundamente as formas de comunicação entre os sujeitos e a forma de interação entre eles.

Com as mídias sociais, todos são ao mesmo tempo emissores e receptores de conteúdo e informação, transformando profundamente as formas de interação social. Lemos (2010) enfatiza que, diferentemente do que dizem os mais afoitos, o sistema de comunicação de massa não vai acabar, mas o que estamos vendo e produzindo é a sua transformação.

Para que as mídias sociais contribuam no processo de comunicação, devemos considerar a existência de um sujeito ativo nesse processo, capaz tanto de analisar criticamente as informações recebidas, quanto de assumir o papel de emissor da comunicação.

Neste sentido, as mídias sociais podem estimular a prática da comunicação, ajudando no processo de criação de novas mídias, possibilitando uma participação mais interativa e ativa no processo de inovação.

As aplicações em mídias sociais são praticamente infinitas podendo ir de uma empresa de consultoria, multinacional, agências de propaganda, de design, entre outras.

A importância do impacto multidisciplinar das mídias sociais nos negócios e nos projetos está na capacidade de ouvir o que as pessoas dizem nestes canais para saber analisar essas informações e assim tomar decisões, um requisito novo no campo do conhecimento.

Luciana Palma, que trabalha na Community Manager de Intel descreve:

“mídia social deve ser uma disciplina de todas as áreas do conhecimento. Ela não é só um departamento, mas uma competência dos profissionais, das equipes e da organização (MONTEIRO; AZARITE, 2012).”

Nos anos 2000, as mídias sociais foram abordadas pelos profissionais e estudiosos da academia apenas no nível conceitual. O processo era baseado em cases e não existia muita prática para o desenvolvimento e construção de modelos. A falta de discussões para a elaboração de modelos de trabalho, estudos, livros e artigos acadêmicos era um problema, pois não havia relatos de forma relevante e prática sobre o assunto nos níveis acadêmico e empresarial. Se forem analisados outros campos do conhecimento que exerciam papéis relevantes nas empresas, fica claro que o tratamento dado às mídias sociais precisava de uma reformulação.

As mídias sociais estão causando mudanças expressas e vêm abalando empresas, indústrias e irão impactar em toda a organização de negócios:

“A mesma evolução que abalou a indústria fonográfica e depois os jornais irá, inevitavelmente, acontecer no âmbito das empresas. É uma revolução porque gera uma mudança da organização como um todo. Do modelo de negócio à gestão de pessoas (Wagner Fontoura, CEO da Coworkers, (MONTEIRO; AZARITE, 2012)).”

No final dos anos 1990, saber utilizar a internet e os programas do pacote Office eram requisitos essenciais para as empresas. Agora no século XXI, saber e conhecer sobre as mídias sociais é o instrumento imprescindível. Quando a internet começou a ter relevância no mundo corporativo, três competências profissionais surgiram (MONTEIRO; AZARITE, 2012):

- O conhecimento do impacto da internet nos negócios e na sociedade.
- A capacidade de implantar projetos com o uso da internet.
- Conhecer as técnicas e habilidades para resolver problemas.

O mesmo acontece com o uso das mídias sociais. Diferentes competências serão exigidas. Segundo Monteiro e Azarite (2012) é possível definir três níveis de competências para mídias sociais:

Tabela 6 - Níveis de competência para mídias sociais

Empresas	• Profissionais que precisam saber e entender os impactos das mídias sociais em negócios. • Possuir uma visão de negócio em mídias sociais. • Saber entender as informações geradas por essas atividades e apoiar estrategicamente.
Profissional	• Pessoas capazes de executar procedimentos e colocar em prática o que foi planejado. • Ter uma visão técnica em mídias sociais. • Ser responsável por criar atividades de sua área para as mídias sociais e outras áreas.
Especialista	• Profissionais capazes de elaborar estratégias e monitorá-las. • Ter uma posição perante o monitoramento e entender o processo de informação gerado. • Ser responsável pela qualidade da configuração e das melhorias de processos.

fonte: adaptado de (Monteiro; Azarite, 2012).

Este item traz uma diversidade de fontes que mencionam dados referentes às mídias sociais no Brasil. Para iniciar este tópico, segue abaixo, breve resumo das mais usadas pelos internautas do país.

Tabela 7 - Dados referentes às mídias sociais de usuários ativos no Brasil

Rede Social	Usuários Ativos
1.Facebook	130 Milhões
2.WhatsApp	120 Milhões
3. YouTube	98 Milhões
4. Instagram	57 Milhões

5. Twitter	30 Milhões
6. LinkedIn	29 Milhões
7. Pinterest	25 Milhões
8. Google+	20 Milhões
9. Messenger	1,7 Milhões
10. Snapchat	1,6 Milhões

Fonte: Statista (outubro de 2018)

Nos últimos anos, foram mais de 8 milhões de novos usuários brasileiros em mídias sociais, um aumento de 7% em relação ao período anterior. Hoje, o brasileiro fica em média 3h39 online nas mídias sociais diariamente. Com este número, o Brasil está em segundo no ranking de tempo gasto na rede, perdendo apenas para as Filipinas (CUSTÓDIO, 2019).

3. MATERIAL E MÉTODO

Neste capítulo são descritos os procedimentos utilizados para alcançar os objetivos estabelecidos. A metodologia da pesquisa consiste em verificar a utilização de um espaço de “*Coworking* Estudantil” na Escola Estadual Parque da Juventude localizada na cidade de São Paulo. O espaço surgiu em agosto de 2016 para incentivar os alunos a desenvolverem efetivamente seus projetos, partindo da estruturação da ideia até a sua implementação no mercado.

O estudo adotou uma abordagem qualitativa, que se iniciou com a pesquisa bibliográfica apresentada em fundamentação teórica, com base em materiais publicados em livros, artigos científicos, páginas de websites, dissertações e teses com assuntos próximos ao objeto de estudo dessa pesquisa e suas inter-relações. A revisão da literatura permitiu verificar as estruturas e os diferentes tipos de *coworking*, tanto nacionais quanto estrangeiros.

Após esta fase, foram elencadas as percepções do desenvolvimento dos alunos dentro do espaço do “*coworking estudantil*” e fora (online). Para o desenvolvimento de cada um dos projetos foram estruturadas etapas:

- Ideação;
- Pesquisas de mercado;
- Desenvolvimento;
- Testes;
- Adequação;
- Desenvolvimento de estratégias;
- Definições de marketing;

Foram elencadas as percepções acerca do desenvolvimento e experiência dos alunos em mídias sociais, com maior foco no ambiente de *coworking*, e ainda, qual era o intuito dos alunos em relação ao espaço: utilizar o conhecimento recebido em aula e aplicar no projeto proposto.

Na sequência foram desenvolvidas peças gráficas para a utilização de postagem em uma rede social (Facebook). As publicações dos grupos tinham como foco a

campanha online para os Vestibulinhos das Etecs, com o intuito de utilizar as mídias sociais como forma de comunicação entre os seus usuários.

3.1. Estruturação do Coworking Estudantil

O *coworking* estudantil está equipado com som, pufes, computadores, mesas, cadeiras, calendário, televisão, livros e outros equipamentos. O espaço conta com uma sala de descompressão para reuniões, debates e interações que geraram inúmeras ideias para o desenvolvimento de um diálogo mais informal, podendo assim estruturar a atividades desenvolvidas no espaço.

Tabela 8 - Espaço de *coworking* estudantil

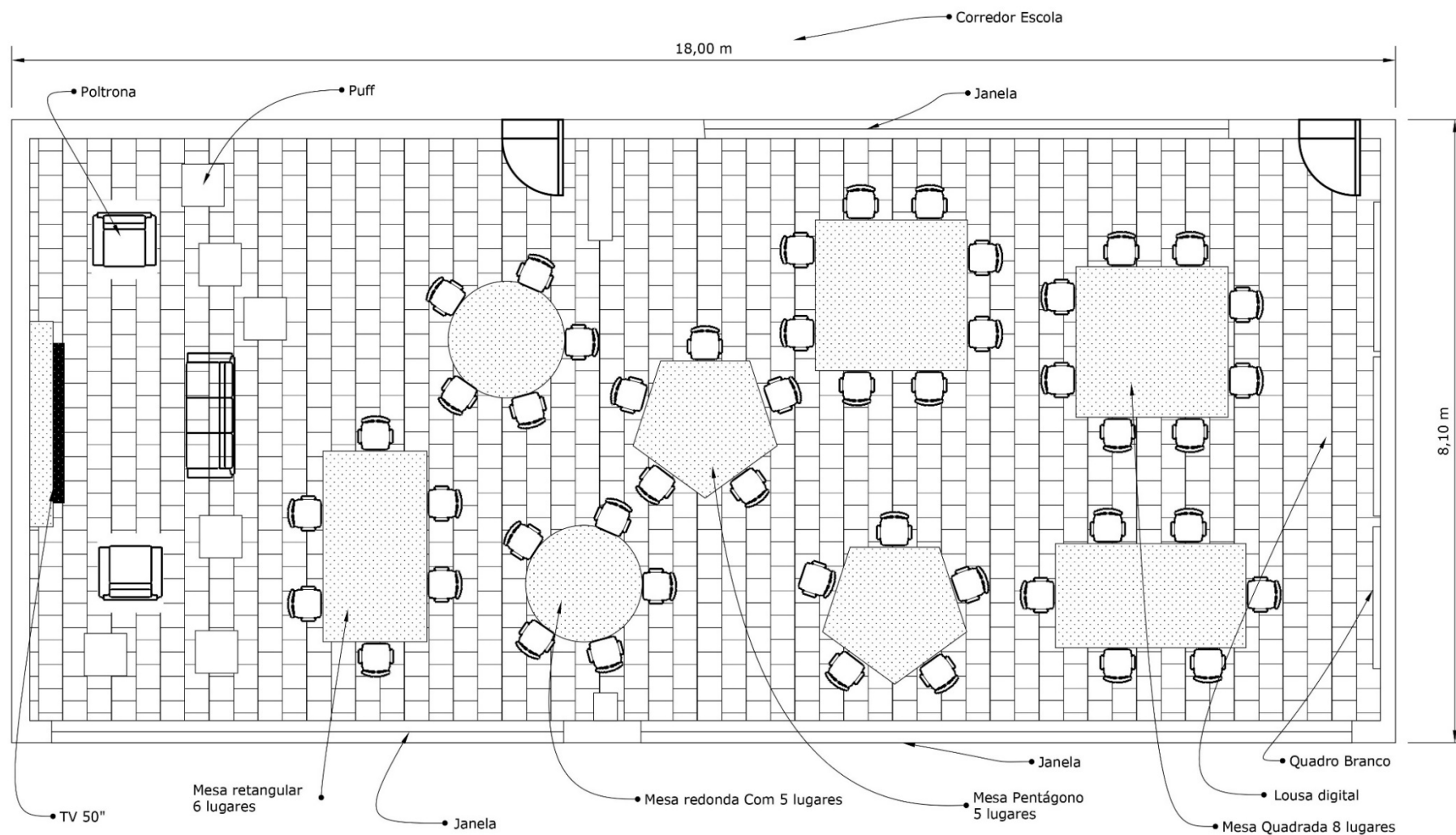
Espaço de <i>Coworking</i> Parque da Juventude		
Descrição do Espaço	O espaço de <i>coworking</i> estudantil tem 145,8 m ² considerado um espaço de pequeno porte, contando assim com uma sala grande para o desenvolvimento dos trabalhos.	
Mobiliário	Cadeira	48
	Mesas	8
	TV	1
	Puffs	6
	Lousa	1
	Rádio	1
	Datashow	1
	Computadores	1
	Notebook	6
Local	Etec Parque da Juventude: Av. Cruzeiro do Sul, 2630 - Carandiru, São Paulo - SP, 02030-100	

Fotos



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 27 - Planta Baixa do espaço de Coworking Etec Parque da Juventude



Fonte: Elaborada pelo autor

3.1.1. Cenário Existente do Espaço de *Coworking* Estudantil

A utilização do espaço de coworking estudantil foi definida para acontecer todas as terças e quartas-feiras das 19h às 22h. O local estava disponível para o desenvolvimento das interações com os alunos.

Os estudantes de mídias sociais se reuniam no *coworking* estudantil para definir quais seriam as publicações, tendo como foco o proposto na metodologia criada em conjunto com o parceiro. Os alunos criavam as estratégias, definiam quais seriam os próximos passos da comunicação, o elaboravam o desenvolvimento das peças digitais a serem inseridas no Facebook, conforme o previsto no projeto.

Com uma equipe interdisciplinar, os integrantes usavam a experiência e os conhecimentos acadêmicos em diversas áreas para transformar suas ações em estratégias. Um dos fatores observados foi a capacidade de interação e quais eram os critérios do grupo para cada ação, surgindo assim inúmeros questionamentos sobre a criação e qual o público a ser atingindo. O que se notou foi o desenvolvimento do sentimento de pertencer ao espaço e, com isso, houve o incremento de responsabilidade pelos equipamentos e pelas atividades no local também por parte de outros usuários.

Interessante também notar o quanto a conservação e a organização do espaço pelos grupos eram mantidas após o uso do local.

É notável também o compartilhamento de conhecimento e desenvolvimento do comportamento organizacional de *coworking*. Os estudantes usam o espaço para elaboração de pesquisas, apresentações culturais e buscam por soluções e conhecimentos em outras áreas.

O aspecto que não pode deixar de ser mencionado foi a utilização do espaço de *coworking* com internet, computadores e livros disponíveis. Estes materiais foram essenciais para o desenvolvimento dos passos do projeto.

3.2. O Curso de Mídias Sociais

O Curso de Qualificação em Mídias Sociais foi criado em 2015 com a proposta de qualificar profissionais para uma nova profissão que estava surgindo e não havia atividades desta categoria até então. O projeto piloto do curso foi desenvolvido na Escola Técnica (Etec) Parque da Juventude localizada na cidade de São Paulo Capital.

O curso é composto por 160 horas, com 80 horas presenciais, divididas em 16 aulas de 5 horas cada e 80 horas com atividades a distância. Nas aulas teóricas são apresentados os conceitos acadêmicos e as novas ferramentas existentes no mercado. Como o Curso de Mídias Sociais é dinâmico, existe uma alteração no seu conteúdo semestralmente devido ao crescimento de novas tecnologia e aplicativos, além da evolução das formas de se comunicar pelas mídias sociais.

O conteúdo do curso contém uma base de 16 aulas teóricas com temas sugeridos pela ABRADi-SP que busca trabalhar o desenvolvimento, a normatização, a consolidação, o aculturamento e a profissionalização do mercado corporativo de comunicação digital. A parceria da ABRADi-SP com o curso vem desde o ano de 2016. O objetivo é buscar ajudar a definir as relações com o mercado e com o curso em si. Esta relação faz com que a grade seja alterada semestralmente conforme reuniões de planejamento. No ano de 2017, quando teve início a pesquisa de utilização e a análise do uso do *coworking estudantil*, o curso teve seu conteúdo voltado para o marketing digital: conceitos e definições de briefing, métricas e ferramentas para monitoramento de mídias sociais.

A grade do curso no 1º semestre de 2018 foi reformulada com o acréscimo de mais métricas e análises dos relatórios gerados pelas mídias sociais. A demanda da ABRADi-SP, solicitada em reunião, pedia um profissional mais criativo, que soubesse interpretar as métricas e utilizar as ferramentas disponíveis para criar uma campanha com maior qualidade. Segundo a ABRADi-SP, o mercado estava à procura de profissionais que soubessem interpretar os relatórios e as métricas para o gerenciamento de novas campanhas e assim entender mais sobre os dados gerados pelas mídias sociais das empresas.

O curso teve um papel importante na análise da utilização do espaço de *coworking* e por isso foi usado como base de pesquisa deste trabalho ao medir a eficiência do espaço na comparação com o trabalho realizado fora dele. O conteúdo

proposto e sua realização estão no capítulo Resultados, no qual há a diferença entre os grupos online 2017 e 2018 e presencial nos mesmos anos.

3.2.1. Curso de Mídias Sociais como Método (Ferramenta)

O desenvolvimento do método da pesquisa foi de caráter exploratório através da observação da utilização do *coworking* estudantil e do comportamento organizacional dos integrantes para a elaboração dos trabalhos dos alunos e de sua comparação com as atividades realizadas fora deste espaço (online), conforme descritos no capítulo Resultados dos Trabalhos dos Alunos.

Para identificar uma autonomia de utilização, Alencar e Fleith (2003) mostram a autonomia e o desenvolvimento de escolhas, trazendo uma valorização da criatividade, o estímulo e a autoconfiança do estudante para assumir posturas criativas. Estes também são fatores importantes na criação de um ambiente integrador e compartilhado tanto fisicamente como no online.

A criação do espaço e sua utilização para o desenvolvimento do método foram elaboradas junto à Associação Brasileira dos Agentes Digitais (ABRADi-SP) em parceria com a Etec Parque da Juventude. Juntos foram desenvolvidos a análise de utilização e a medição do uso do *coworking* estudantil e a utilização do seu ambiente. Assim Loi e Dillon (2006) afirmaram que para que um ambiente seja considerado criativo ele deve alcançar ações colaborativas e trabalho integrado.

Esta integração entre os alunos e a utilização do *coworking* estudantil foi rica para todos, principalmente no desenvolvimento das palestras de cada aula. A ABRADi-SP enviava um profissional de diversas áreas do conhecimento para agregar conhecimento aos alunos. Os profissionais das agências digitais ofereciam palestras com uma gama de conhecimento atualizado para que os estudantes pudessem entender como o mercado das agências digitais se comportava perante as mídias sociais, e como os usuários agiam na rede. O método usado para avaliar a utilização do espaço de *coworking* estudantil foi citado no artigo AVALIAÇÃO DE TECNOLOGIA (TECHNOLOGY ASSESSMENT) - UM INSTRUMENTO AUXILIAR NO PROCESSO DECISÓRIO. Esta escolha teve como base acadêmica a sugestão de um profissional digital para ser adaptada e usada na análise do espaço. Seguem os 10 passos metodológicos de Joseph Coate, que consiste em (RATTNER, 1979):

- 1- Examinar diferentes formulações do problema
- 2- Especificar alternativas sistêmicas
- 3- Identificar possíveis impactos
- 4- Avaliar os impactos
- 5- Identificar a estrutura decisória
- 6- Identificar as opções para estrutura decisória
- 7- Identificar grupos de interesse
- 8- Identificar alternativas macro sistêmicas (outros caminhos para a meta)
- 9- Identificar variáveis exógenas ou eventos com prováveis efeitos sobre
- 10- Conclusões e recomendações

O material foi utilizado e adaptado para que os alunos de mídias sociais pudessem utilizar a estrutura do *coworking* estudantil e com isso compreendessem uma sequência de passos para o desenvolvimento das peças digitais.

- 1- Examinar diferentes criações e problemas da empresa
- 2- Especificar o cenário de mídias sociais
- 3- Identificar possíveis impactos
- 4- Avaliar os impactos que as publicações podem ter para empresa
- 5- Identificar o poder do impacto
- 6- Identificar as opções para o poder do impacto
- 7- Identificar uma persona
- 8- Identificar alternativas macro (outros caminhos para a meta)
- 9- Identificar variáveis do impacto dos eventos com prováveis efeitos.
- 10- Relatórios, Métricas e Conclusões.

A utilização do método como base ajudou na criação e no desenvolvimento das peças conforme o trabalho de avaliação mostrado no resultado final dos alunos. Paralelamente, foram identificados que nos parâmetros do método utilizado, ao longo do projeto, os alunos depararam-se com vários tipos de adversidades como, por exemplo, falta de subsídios práticos com as ferramentas gráficas para a criação de peças em mídias sociais. Para o desenvolvimento teórico, o método ajudou os alunos na sua condição de aprendizagem acadêmica.

Após este momento, foi realizada a separação dos grupos em forma de sorteio: “grupo presencial” utilizaria o espaço de *coworking* e o “grupo online” não teria acesso ao espaço. A criação do grupo, no princípio, não considerou que a pesquisa futura identificasse quais profissionais/estudantes estavam em cada uma das modalidades.

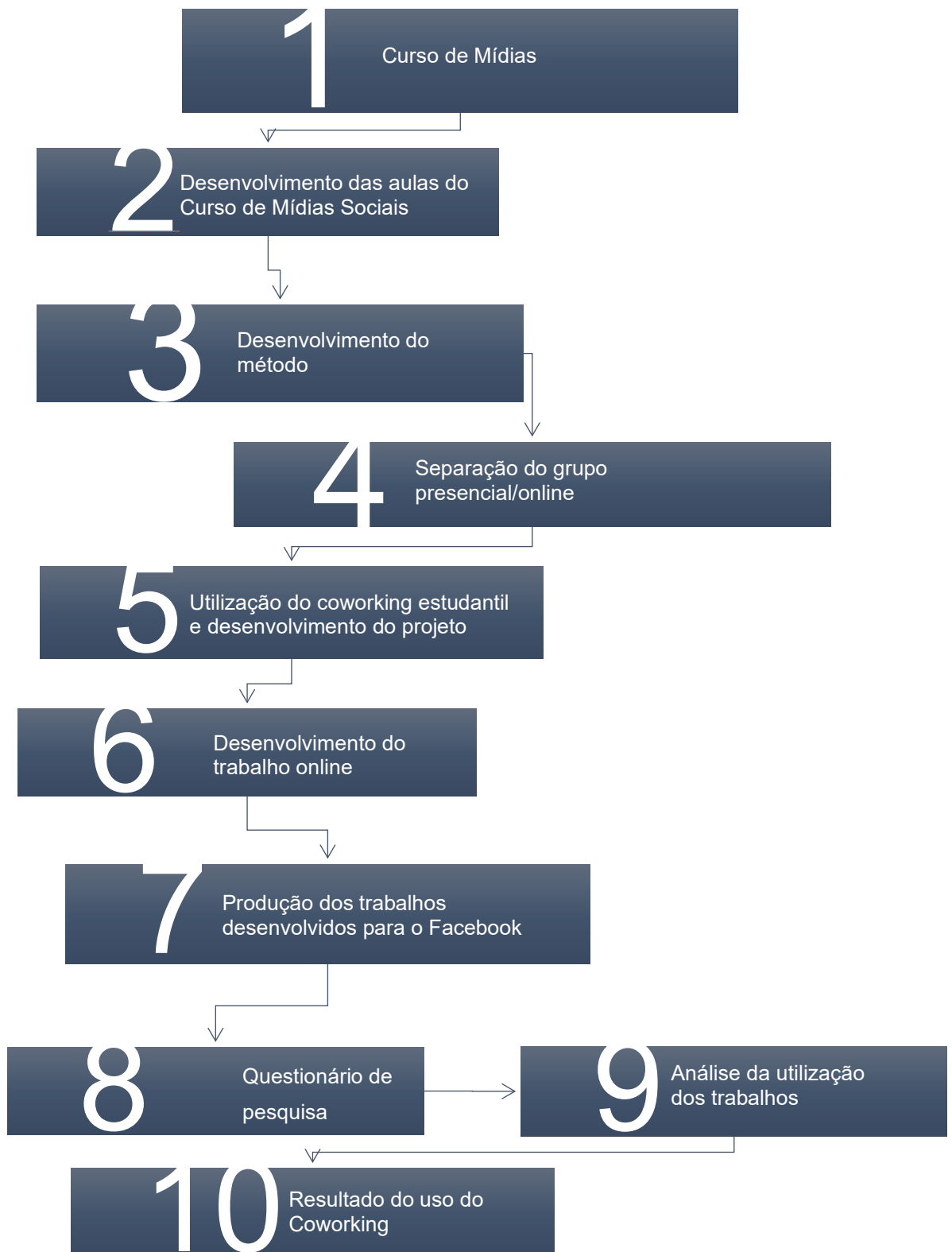
No requisito utilização do espaço de *coworking* estudantil, as percepções do desenvolvimento e a experiência profissional dos alunos apareceram no *coworking*. Houve a interação presencial e assim um maior convívio de trabalho, com maior foco no pessoal tanto na separação das tarefas como na área de atuação profissional de cada membro. O critério criatividade foi promovido com características como: flexibilidade, empatia, gerenciamento de pessoas, trabalho em equipe, opiniões adversas, reconhecimento de aptidões, desenvolvimento pessoal e motivação pelo trabalho realizado. Todos estes critérios fazem parte do comportamento organizacional.

Com isso, procurou-se analisar e, ainda sob a convenção dos alunos, o uso do *coworking* estudantil e sua criatividade e inovação no processo de aprendizado. Assim, neste contexto, uma compreensão sobre os tópicos de comportamento organizacional como emoções, motivação, estresse, comunicação, conflitos e liderança podem ser um termômetro para a elaboração dos projetos no *coworking* estudantil.

Ficou definido que no ano de 2017, haveria a criação de um projeto piloto para o desenvolvimento da metodologia e correções necessárias para as etapas do projeto. No ano de 2018, a metodologia teve um resultado mais satisfatório com mais êxitos neste contexto.

Os questionários foram coletados pelo Google Forms após a entrega do projeto final desenvolvido pelos alunos. O objetivo era ter uma percepção dos critérios de interação dos alunos, tanto nos aspectos presenciais quanto no online, gerando assim o problema. E ao final houve a elaboração dos resultados.

Figura 28 - Resumo Metodológico deste Trabalho



Fonte: Elaborado pelo autor

Assim serão apresentados os resultados e discussões dos dados levantados durante a pesquisa apontando as características identificadas.

3.2.2. Desenvolvimento dos Trabalhos pelos Alunos

Após a separação dos grupos pelo professor responsável e da avaliação das necessidades de cada turma, foram definidos o processo para o desenvolvimento dos projetos dos alunos de modo a unir os conhecimentos adquiridos com o curso de qualificação profissional com a bagagem conquistada em seus trabalhos, além das experiências individuais de cada estudante e das palestras dos profissionais das agências digitais. Foi levado em consideração também o nível de dificuldade para a elaboração e a separação das tarefas propostas aos grupos presenciais que utilizariam o espaço de *coworking* estudantil e aos grupos que atuariam de forma online.

Ficou definida uma abordagem em quatro etapas: aprendizado teórico (conhecimento dos processos e visões do empreendedorismo, inovação e criatividade; iniciação nos conhecimentos de gestão de equipes e projetos), desenvolvimento de mapas do negócio (proposta de valor, persona, macro e micro ambiente, pesquisas mercadológicas, estratégias de marketing), elaboração de cronogramas (definições de prazos, metas e as postagens na plataforma do Facebook) e, por fim, a análise dos resultados obtidos dentro e fora do espaço.

3.3. Os Materiais Utilizados

Para a realização da pesquisa foram utilizados os materiais e equipamentos pertinentes ao espaço e as ferramentas online conforme descrição abaixo:

- ESPAÇO DE COWORKING

- a. Mesas e cadeiras em forma de grupo: os grupos se reuniram para discussões e desenvolvimento do projeto.
- b. Internet: para pesquisa e análise.
- c. Livro e ferramentas de análise para o desenvolvimento de criações.
- d. Sala de descompressão: televisão, pufes e poltronas.

2. ONLINE

- a. Telefones celulares: para interação dos grupos via WhatsApp.
- b. Computadores: para criação das peças.

4. RESULTADOS

4.1. Resultados dos Trabalhos dos Alunos

4.1.1. O Projeto Piloto Presencial 2017

O grupo presencial do segundo semestre de 2017 elaborou uma estratégia de desenvolvimento de postagens para gerar interações com o público específico. Eles separaram os posts em horários para cada segmento em manhã e tarde e à noite para ambos os horários. A proposta de públicos teve como base o pagamento da taxa do Vestibulinho e as publicações foram elaboradas em imagem e vídeos com uma linguagem mais informal para este grupo.

Figura 29 - Estratégia projeto 2017

Estratégia:

- Falar com cada público em horário específico
- Na parte da manhã com o público da manhã
- Na parte da tarde com o público da tarde
- À noite com ambos os públicos.
- Publicações voltadas ao pagamento
- Vídeos e imagens para dar maior alcance ao post
- Linguagem informal

Etec
Parque da Juventude
São Paulo

Fonte: Autor - Aluno do Projeto

Com a estratégia, o grupo desenvolveu algumas postagens no Facebook gerando integração conforme a Figura 30.

Figura 30 - Estratégia projeto 2017



Fonte: Autor - Aluno do Projeto

Postagem em Gif com uma pequena animação para chamar a atenção do público.

Figura 31 - Estratégia projeto 2017



Fonte: Autor - Aluno do Projeto

Postagem de lembrete de pagamento.

Figura 32 - Estratégia projeto 2017



Fonte: Autor - Aluno do Projeto

Entre os resultados relevantes apresentados pelo grupo que utilizou o *coworking* para a execução do projeto destaque para:

- Imagem comercial tem menos impacto se comparada com imagens da sala de aula que remetem à prática;
- Humor funciona - parcialmente - desde que seja relacionado ao cotidiano; GIFs funcionam por ser uma leitura rápida e prática;
- Identificou-se que os feedbacks negativos vêm dos próprios ex-alunos, em sua maioria.

Figura 33 - Estratégia projeto 2017



Fonte: Autor - Aluno do Projeto

O resultado obtido pelo grupo presencial utilizando o *coworking* como espaço para desenvolvimento de pesquisas e conversas entre os colegas para resolver

soluções e adquirir conhecimento teve grande relevância no projeto com a utilização do local.

4.1.1. O Projeto Piloto Online 2017

O grupo online do segundo semestre de 2017, por não utilizar o espaço de *coworking*, não desenvolveu uma estratégia de postagens. Eles separaram apenas os inícios das publicações, com repostagens já existentes e impulsionaram com postagens pagas. Houve a segmentação dos grupos entre 18 a 40 anos e que busca trabalho e qualificação profissional

Figura 34 - Estratégia projeto 2018

Estratégia
Início das Postagens do grupo: 17/11/2017
Total de Postagens do grupo: 11 (até 14:00 de 08/12), com as repostagens
Postagem impulsionada: 1 em 07/12/17 - às 08h47
Público alvo: adultos entre 18 a 40 anos, com ensino médio completo, em busca do primeiro trabalho ou em busca de qualificação profissional, residentes na zona norte de São Paulo.

Fonte: Autor - Aluno do Projeto

O grupo online apresentou apenas um panorama geral com as postagens estabelecidas, não mostrando muita ênfase.

Figura 35 - Estratégia projeto 2017

PUBLICAÇÕES DO GRUPO						
Publicado	Publicação	Tipo	Direcionamento	Alcance	Envolvimento	Promover
7/12/2017 08:47	 Venha construir o seu futuro profissional! 二二 A extensão CEU Jaçanã, da Etec Parque da Juventude.			1,8K	115 32	Ver promoção
5/12/2017 20:21	 # O Vestibulinho 2018 está chegando! # A ETEC Parque da Juventude - Extensão CEU Jaçanã tem o			130	4 3	Impulsionar publicação
5/12/2017 20:20	 VESTIBULINHO ETEC 2018 - INSCRIÇÕES ATÉ 13/12 ÀS 15H! Você sabe o que faz um técnico em			160	3 5	Impulsionar publicação
5/12/2017 20:19	 VESTIBULINHO ETEC 2018 - INSCRIÇÕES ATÉ 13/12 ÀS 15H! Técnico em Serviços Jurídicos, o que			261	8 8	Impulsionar publicação
4/12/2017 19:02	 VESTIBULINHO ETEC 2018 - FAÇA JÁ SUA INSCRIÇÃO! inscrições até as 15h do dia 13/12 Para			1,4K	38 34	Impulsionar publicação
30/11/2017 11:40	 VESTIBULINHO ETEC 2018 - INSCRIÇÕES ATÉ 13/12 ÀS 15H! Técnico em Serviços Jurídicos, o que			1,3K	29 50	Impulsionar publicação
30/11/2017 11:37	 VESTIBULINHO ETEC 2018 - INSCRIÇÕES ATÉ 13/12 ÀS 15H! Você sabe o que faz um técnico em			1,1K	14 45	Impulsionar publicação
27/11/2017 22:57	 Etec VESTIBULINHO 2018 Estas fotos mostram a apresentação do TCC (trabalho de conclusão de			331	24 17	Impulsionar publicação
27/11/2017 18:35	 # O Vestibulinho 2018 está chegando! # A ETEC Parque da Juventude - Extensão CEU Jaçanã tem o			1,3K	38 37	Impulsionar publicação
27/11/2017 17:35	 - Vestibulinho 2018 - A ETEC Parque da Juventude - Extensão CEU Jaçanã tem 30 vagas para o Curso			1,2K	53 45	Impulsionar publicação
17/11/2017 14:34	 Começaram as inscrições para o vestibulinho ETEC para o 1º semestre de 2018! São diversas			3,4K	290 122	Impulsionar publicação

Fonte: Autor - Aluno do Projeto

4.1.2. O Projeto Presencial 2018

Como cada projeto e cada proposta - mesmo semelhantes - têm suas diferenças, o grupo presencial de 2018 mostrou uma proposta de trabalho muito superior ao grupo de 2017. Eles desenvolveram uma abordagem mais profissional, com mais discussões e diversidades de resultados.

A elaboração do projeto teve um conjunto de elementos discutidos dentro do *coworking* e sua abordagem foi superior à turma anterior.

Figura 36 - Estratégia projeto 2018



Fonte: Autor - Aluno do Projeto

Com uma turma interdisciplinar, o grupo elaborou o resumo de campanha, o período de postagens e os objetivos e contextos para abordagem de seguidores. O surgimento de uma persona e o desenvolvimento para as campanhas mostraram resultados satisfatórios. Uma estratégia de comunicação mostrou a interação e a utilização do espaço com ênfase nos seguintes pontos discutidos:

- ❖ Curso rápido e boa colocação profissional;
- ❖ Informações do mercado de trabalho (como está?);
- ❖ Pontos fortes da ETEC: localização, ensino gratuito e de qualidade;
- ❖ Trabalhar com o sentimento: o amor pela profissão;
- ❖ Um mercado de trabalho que sempre terá necessidade de profissionais da área;
- ❖ Informações do curso: grade curricular e conteúdo das aulas;
- ❖ Informações da estrutura da escola para o curso: laboratório;
- ❖ Informações para matrícula e procedimento passo a passo;
- ❖ Motivação para realização da prova e dicas de estudo.

Figura 37 - Estratégia projeto 2018



Fonte: Autor - Aluno do Projeto

O grupo presencial criou uma linha do tempo com postagens e um cronograma de datas. O desenvolvimento e a criação de métricas somadas com resultados satisfatórios, as reações do público em relação à elaboração da publicação e a análise de cada publicação trouxeram uma ênfase para o projeto presencial, tornando-o rico de informações e novidades.

O grupo também mostrou um gráfico comparativo entre o projeto de 2017 e o desenvolvido por eles, apontando a eficiência de sua estratégia entre as inscrições.

O diferencial deste modelo de projeto de 2018 foi o relatório dos 7 elementos que eles aprenderam com o desenvolvimento e planejamento para minimizar problemas conforme relatos dos alunos:

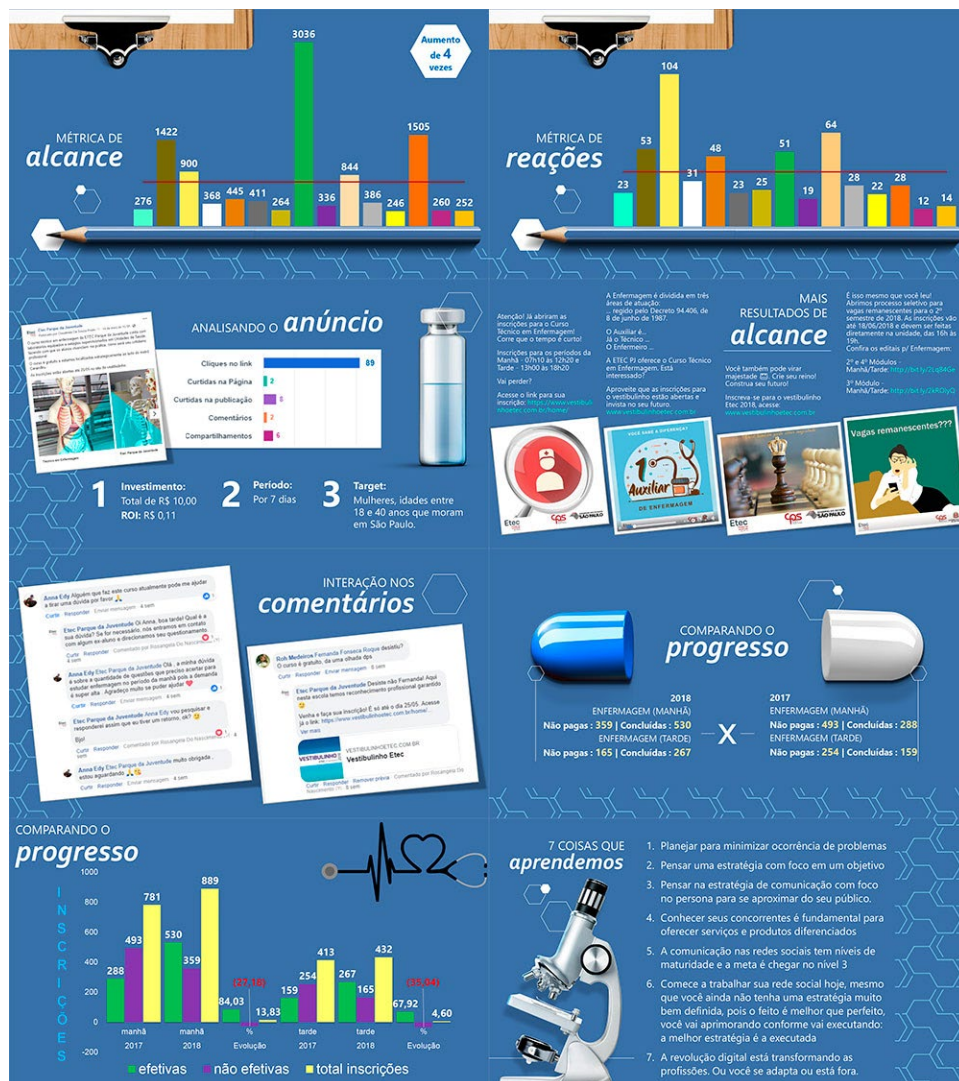
Tabela 10 - 7 Coisas que aprendemos

7 coisas que aprendemos	1. Planejar para minimizar a ocorrência de problemas
	2. Pensar uma estratégia com foco em um objetivo
	3. Pensar na estratégia de comunicação com foco no persona para se aproximar do seu público
	4. Conhecer seus concorrentes é fundamental para oferecer serviços e produtos diferenciados

	5. A comunicação nas redes sociais tem níveis de maturidade e a meta é chegar no nível 3 6. Comece a trabalhar sua rede social hoje, mesmo que você ainda não tenha uma estratégia muito bem definida, pois o feito é melhor que o perfeito, você vai aprimorando conforme vai executando: a melhor estratégia é a executada
	7. A revolução digital está transformando as profissões. Ou você se adapta ou está fora.

Fonte: Adaptada do autor.

Figura 38 - Estratégia projeto 2018



Fonte: Autor - Aluno do Projeto

4.1.3. O Projeto Online 2018

Sem o uso do *coworking*, o projeto online perdeu um pouco da qualidade gráfica, se comparado com o grupo presencial, mas já houve grande melhora em relação ao projeto de 2017. Como cada grupo era livre para desenvolver sua estratégia, o online, por não estar presente no espaço, teve a qualidade da apresentação inferior ao presencial. Como cada proposta - mesmo semelhante - tem suas diferenças, o grupo online de 2018 mostrou um trabalho inferior ao presencial do mesmo período.

A elaboração do projeto teve um conjunto de elemento discutido fora do *coworking* e sua abordagem foi simples.

O grupo online também apresentou o surgimento e a criação de briefing, elementos não elaborados pelos grupos anteriores como:

- ❖ Cursos trabalhados:
 - Agentes do Brincar
 - Consultor de Vendas Especializado em Perfume
 - E-Commerce
 - Práticas em Mídias Sociais
- ❖ Campanha: Seu lugar no futuro.
 - O futuro é agora!
- ❖ Objetivo
 - Aumentar as inscrições
 - Alcançar interessados em se (re)colocar no mercado de trabalho
 - Disseminar novas profissões
 - Despertar interesse aos cursos
 - Movimentar informações
- ❖ Período
 - 1º semestre de 2018
 - 2 posts por semana
 - 2 posts por dia nas duas últimas semanas de junho

O desenvolvimento da persona chegou a mulheres em busca de ascensão na carreira. O resultado para as campanhas mostrou-se satisfatório, superando o online de 2017, mas inferior ao presencial de 2018.

A estratégia de comunicação do grupo online teve como intuito despertar o interesse para os cursos. A campanha teve como base informações de dados do mercado. A comunicação não dará alusão ao futuro em forma de sonho, mas com aspectos reais, números e fatos. A estratégia foi simples, mas objetiva:

❖ Tipo de Linguagem:

- Direta e informativa

❖ Temas abordados:

- Direcionar o público ao site de inscrições;
- Como fazer uma boa prova;
- Lembranças do prazo de inscrição;
- Dados sobre o mercado;
- Conteúdo e diferenciais das aulas;
- Importância de uma qualificação profissional;
- Informações sobre os cursos.

Figura 39 - Estratégia projeto 2018



Fonte: Autor - Aluno do Projeto

Na apresentação dos dados de volume de interações, os resultados foram satisfatórios, trazendo informações relevantes de cada postagem e sua interação com o público. As métricas e sua propriedade de análise também foram destaque só no curso online.

Figura 40 - Estratégia projeto 2018



Fonte: Autor - Aluno do Projeto

4.2. Resultados da Utilização do Coworking Estudantil

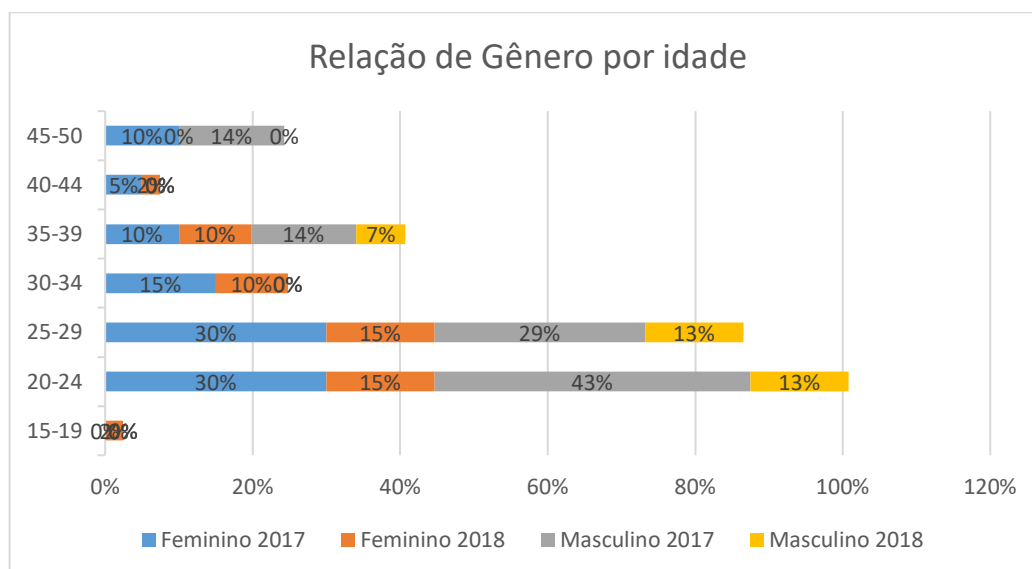
O presente capítulo traz os resultados obtidos durante a pesquisa, sendo abordados, principalmente os dados referentes a comparação entre a turma do segundo semestre de 2017 e a primeira turma de 2018. Os resultados foram classificados primeiramente quanto ao tipo de usuário, para saber qual era o público que estava à procura do curso de mídias sociais. Em segundo lugar, foram avaliados os resultados de conhecimento e multidisciplinaridade do grupo e suas profissões para assim definir a separação dos membros. Na sequência, serão apresentadas as informações referentes à pesquisa, à interação dos alunos no *coworking* estudantil e os resultados da avaliação do projeto entre a utilização do espaço e a relação com a interação do trabalho fora dele (online).

Para do desenvolvimento do estudo foram analisados dados e perfis de cada estudante para criar um perfil de qualificação profissional para esta nova função e critérios que possam ajudar a gerar um perfil organizacional entre o espaço criativo e o profissional de mídias sociais.

A participação da mulher no mercado de trabalho vem carregada de mudanças no perfil das ocupações. Isso se deve ao fato de existirem ocupações ditas essencialmente femininas e outras masculinas. A maioria dos estudos na área mostra que vem aumentando a quantidade de mulheres no mercado de trabalho, mas há também uma mudança no tipo de ocupações, isso porque atualmente as mulheres estão se inserindo em postos antigamente ocupados por homens. A procura pelo curso de qualificação é maior por mulheres, pois elas querem se qualificar em uma nova realidade ou profissão e o desenvolvimento e criação em mídias sociais é a proposta inovadora do curso. Pode-se verificar que 74% dos interessados são mulheres e 26% homens. A pesquisa mostra que a procura entre mulheres é maior por ser um curso onde o profissional pode trabalhar online e pode ser realizado em *home office* ou em locais que existam troca e compartilhamento de ideias para o desenvolvimento das qualificações profissionais. Como podemos observar no gráfico Relação de Gênero por Idade (Figura 41), hoje o público que está à procura de qualificação para o desenvolvimento desta nova profissão de mídia social é feminino entre 20 a 50 anos. O perfil feminino tem 50% a mais que o masculino entre 25 a 29

anos, sendo alto o número de mulheres que buscam qualificação para o desenvolvimento e criação nas redes sociais.

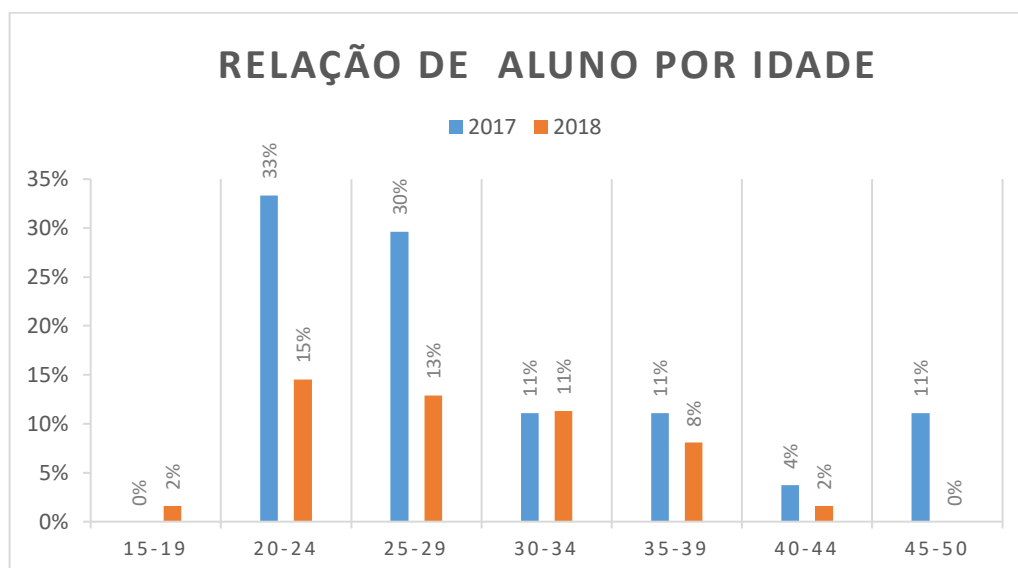
Figura 41 - Relação de Gênero por idade



Fonte: Autor

Podemos observar na Figura 41 que em 30 e 34 anos e 40 a 44 anos não existiam profissionais masculinos para a área de mídia social. Contudo 33% com mais de 45 anos buscava se qualificar para esta nova profissão, seja para se recolocar no mercado de trabalho ou até mesmo à procura de uma segunda fonte de renda.

Figura 42 - Relação de Aluno por Idade

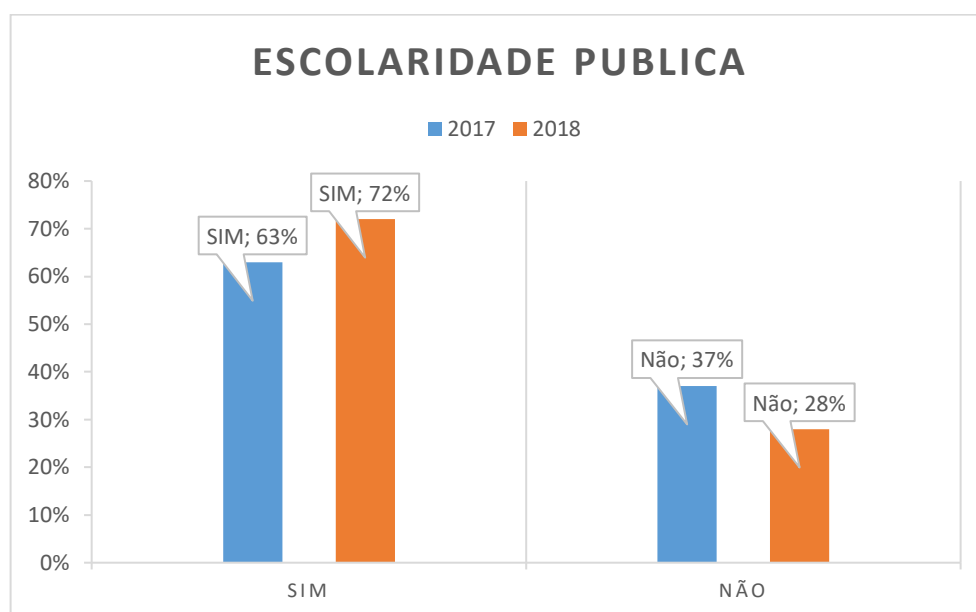


Fonte: Autor

Na Figura 42, a relação de alunos por idade mostra o predomínio de 20 a 29 anos com um percentual de 63% no ano de 2017 e 28% na mesma faixa etária em 2018. A turma de 2018 tinha representantes de 15 a 19 anos - alunos que estão cursando o ensino médio (2%) – esta informação mostra que a procura de qualificação profissional foi maior entre os jovens, diferentemente do ano anterior que 11% dos alunos tinham idade entre 45 a 50 anos.

Um dos critérios de análise para o desenvolvimento de perfil era o tipo de instituição de ensino de formação dos alunos. Dos 60 estudantes que participaram do projeto, uma média de 70% veio de instituições públicas como mostrado na Figura 43.

Figura 43 - Escolaridade Publica



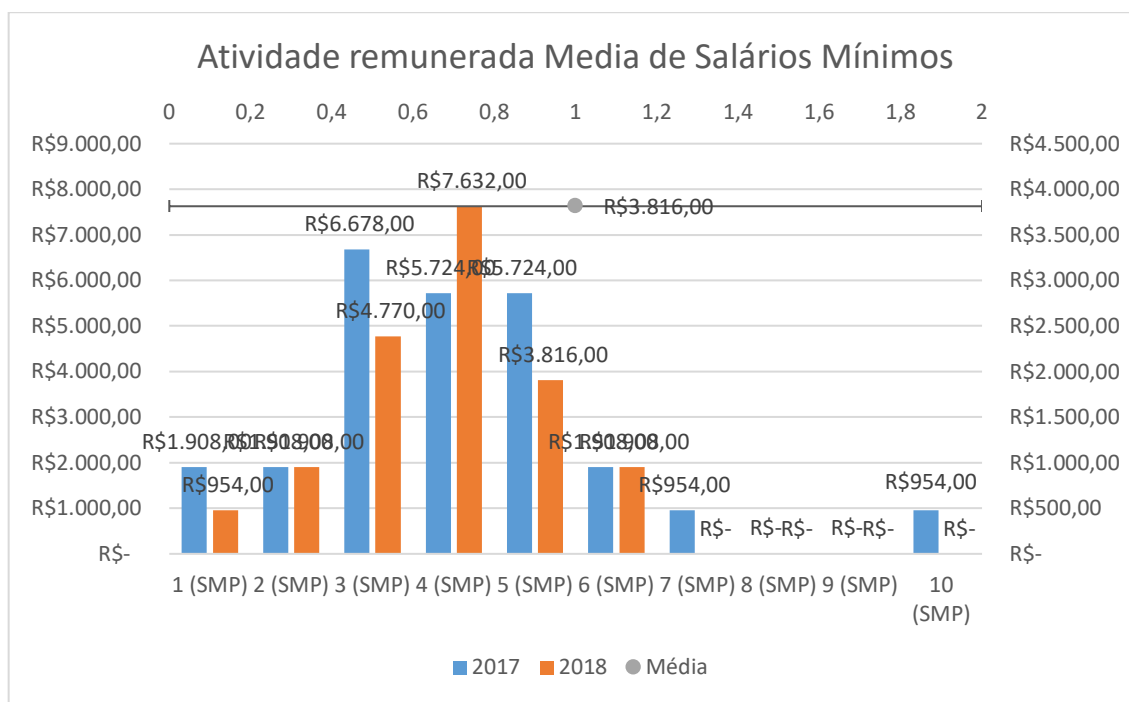
Fonte: Autor

Os dados de escolaridade são critérios de cota para participação no curso de Mídias Sociais. Este critério estabelece que um candidato que declara ter cursado integralmente da 5ª a 8ª série ou do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental em instituições públicas de ensino tem um aumento de 10% da nota no exame seletivo.

O Sistema de Pontuação Acrescida, instituído pelo Decreto Estadual nº 49.602, de 13/05/2005, e nos termos da Deliberação CEETEPS nº 08, de 02/08/2007, implicará no acréscimo de pontos à nota final obtida em exame seletivo, ao candidato

que declare ser afrodescendente e/ou demonstre ter cursado, integralmente, da 5ª a 8ª série ou do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental em instituições públicas.

Figura 44 - Atividade remunerada: média de salários mínimos

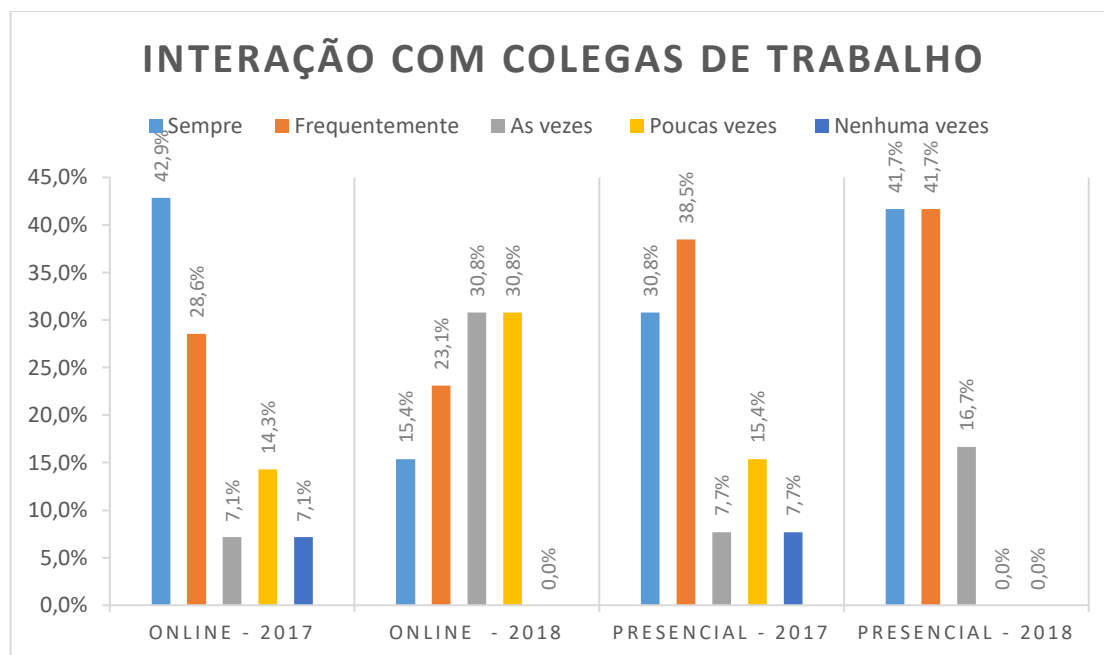


Fonte: Autor

A Figura 44 traz o perfil e a remuneração familiar dos estudantes. Foi elaborada para mostrar o nível econômico dos estudantes. Este estudo teve como base o número de salário mínimo para ter uma análise de qualificação destes alunos e profissionais. O Salário Mínimo Profissional (SMP) é um direito consolidado que nasceu justamente para impulsionar carreiras estratégicas para orientar o crescimento ordenado e sustentável das nossas cidades, nossos estados e do nosso país (NASCIMENTO, 2016).

A análise da interação entre colegas de um mesmo grupo de trabalho foi realizada a partir dos dados obtidos entre as equipes que desenvolveram o projeto com encontros realizados via internet (online) e aqueles que fizeram as atividades no espaço criativo ou como estão definidos o espaço de *coworking estudantil*. Esta categoria inclui as variáveis relacionadas com quem deve integrar as equipes e sua interação com os colegas de trabalho. Esta relação é apresentada na Figura 45 com a apresentação dos resultados obtidos.

Figura 45 - Interação com colegas de trabalho



Fonte: Autor

As colunas estão divididas em online 2017 e 2018 e presencial 2017 e 2018 e identificam as equipes que desenvolveram o trabalho interagindo presencialmente no espaço criativo de *coworking* estudantil ou em modo virtual. Esta comparação é apresentada, comparativamente, para os encontros realizados “sempre”, “frequentemente”, algumas vezes”, “poucas vezes” e “nunca”.

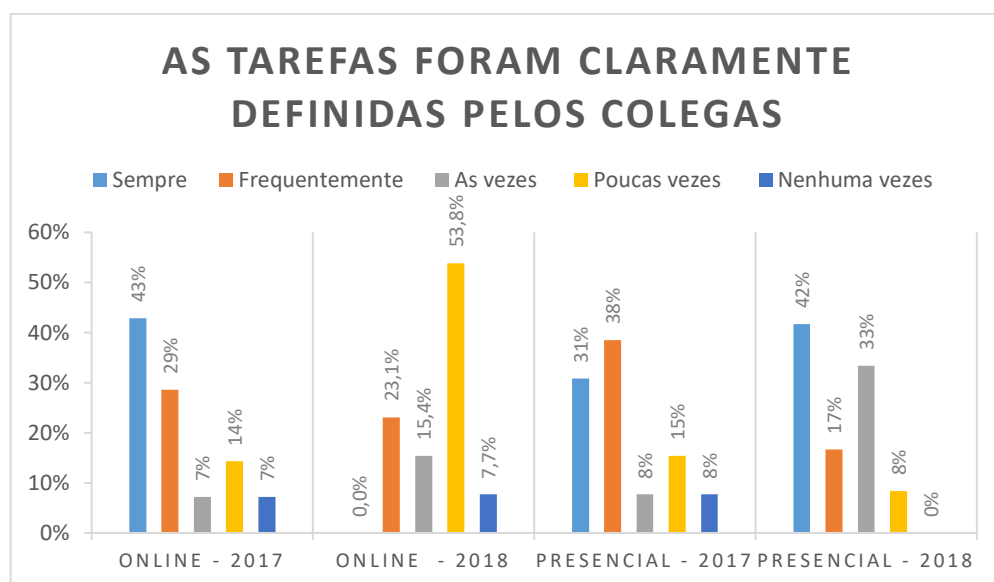
Identifica-se que 71,5% dos participantes do grupo online de 2017 responderam que se reuniram sempre ou frequentemente, um percentual maior do que os 69,3% daqueles que se reuniram no espaço criativo de *coworking*. Uma das causas para a maior frequência de encontro dos participantes na forma online pode ser atribuída a facilidade proporcionada pelo meio utilizado. Neste caso, não houve a necessidade do deslocamento físico e todas as implicações advindas disto. É importante ressaltar o percentual de participantes que responderam nunca terem se reunido com os colegas, ou apenas algumas vezes. Neste caso os números ficam bastante próximos para as duas categorias, presencial e online, com 30,8% e 28,5%, respectivamente. Novamente as equipes que se reuniram no espaço de *coworking* estudantil tiveram

um número menor de participantes, com uma ausência maior de seus membros. Um olhar sobre estas variáveis mostra que trabalhos realizados online contam com um número maior de participantes. De todo modo, cerca de 30% dos membros não desenvolveram as atividades, o que reflete diretamente no aproveitamento esperado.

Já referente ao grupo presencial de 2018 identifica-se que 72,5% dos participantes responderam que se reuniram sempre ou frequentemente, um percentual maior do que os 69,3% daqueles que se reuniram no espaço criativo de *coworking* estudantil no ano de 2017. Assim evidenciou-se as habilidades e personalidades de seus membros, a alocação de papéis e a diversidade, o tamanho da equipe e as preferências dos membros pelo trabalho em equipe.

A análise de organização de tarefas entre membros do projeto foi obtida com as informações se os colegas conseguiram ter alguma organização entre eles. A Figura 46 apresenta os resultados obtidos: o grupo de trabalho online de 2017 teve 71,5% em organização sempre ou frequentemente uma diferença de 5,4% menor que o ano de 2018. O grupo presencial de 2017 teve um percentual maior do que os 73% e o grupo de 2018 relatou que 59% daqueles que se organizaram no espaço criativo. Assim, não se pode descartar que os meios de comunicação e as novas tecnologias ajudaram na organização de tarefas em tempo real. A onipresença do grupo online enfrentou desafios específicos. Eles sofreram, pois há menos compatibilidade social e menos integração direta entre os membros da equipe. A não reprodução da troca pessoal não ocasionou discussões específicas sobre o desenvolvimento do projeto e sua forma de interação.

Figura 46 - As tarefas foram claramente definidas pelos colegas



Fonte: Autor

Quanto à interação nos grupos presenciais, a frequência entre os integrantes foi mais longa. Um dos fatores importantes foi a presença no desenvolvimento presencial, que possibilitou uma organização das tarefas pré-definidas com os integrantes. Esta interação gera uma sinergia positiva por meio de esforços coordenados, com um nível de desempenho maior que a soma de contribuições individuais.

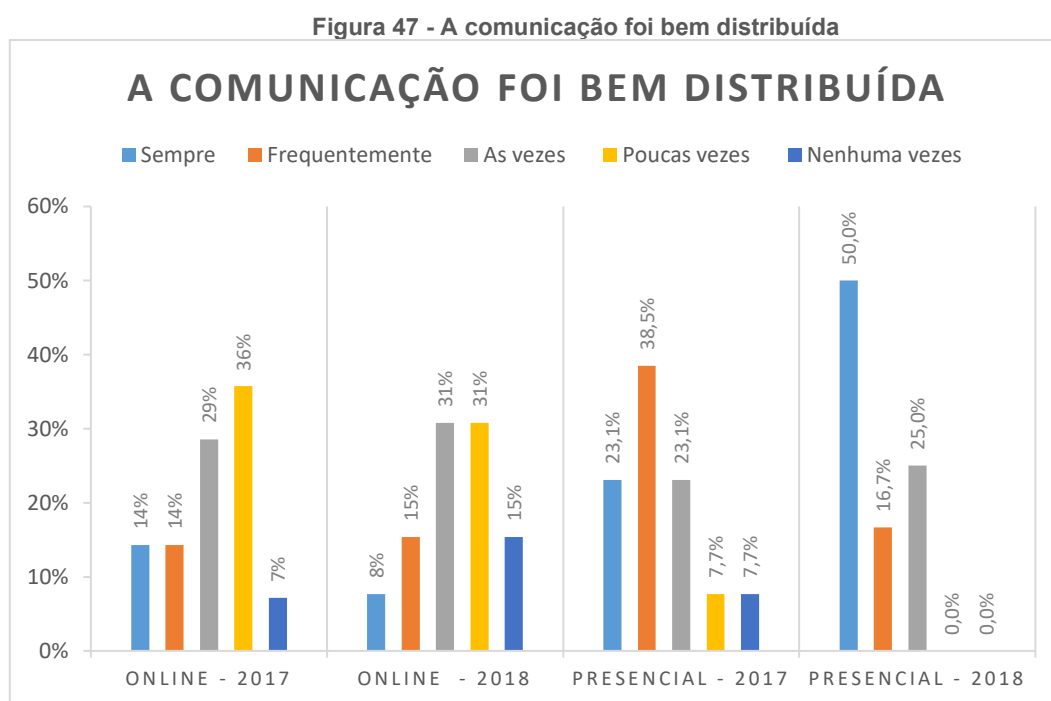
A Figura 47 corresponde se a comunicação foi bem distribuída entre os integrantes do grupo. Para 72,7% houve a maior frequência de encontro dos participantes na forma presencial para a distribuição de tarefas entre realizados “sempre”, “frequentemente” e “algumas vezes”. Esta análise mostra que a diferença da distribuição de tarefas online foi de 34,3% em relação com o presencial referente ao ano de 2017. Contudo, os grupos de 2018 ficaram como uma menor interação online de 23%. O grupo presencial foi superior com 59%, com as distribuições de tarefas de cada participante.

A relação com a comunicação ficou clara e objetiva com a utilização do espaço criativo de *coworking* estudantil. Para efeito de comparação, 61,6% dos membros do projeto online disseram que “às vezes” e “nunca” a comunicação era clara.

No que tange ao aspecto da influência do perfil do espaço e do profissional, o desenvolvimento do projeto cria um perfil mais robusto nas características de

qualificação de profissionais de mídia social trazendo assim projetos com um perfil profissional desenvolvido em um espaço acadêmico.

Vale ressaltar que a utilização do espaço criativo de *coworking* traz uma troca de conhecimentos integrando uma equipe multidisciplinar no espaço, deixando as ações claras e com tarefas mais definidas e isso reflete no desenvolvimento diferente do online, já que as ações ficam perdidas após seu uso.



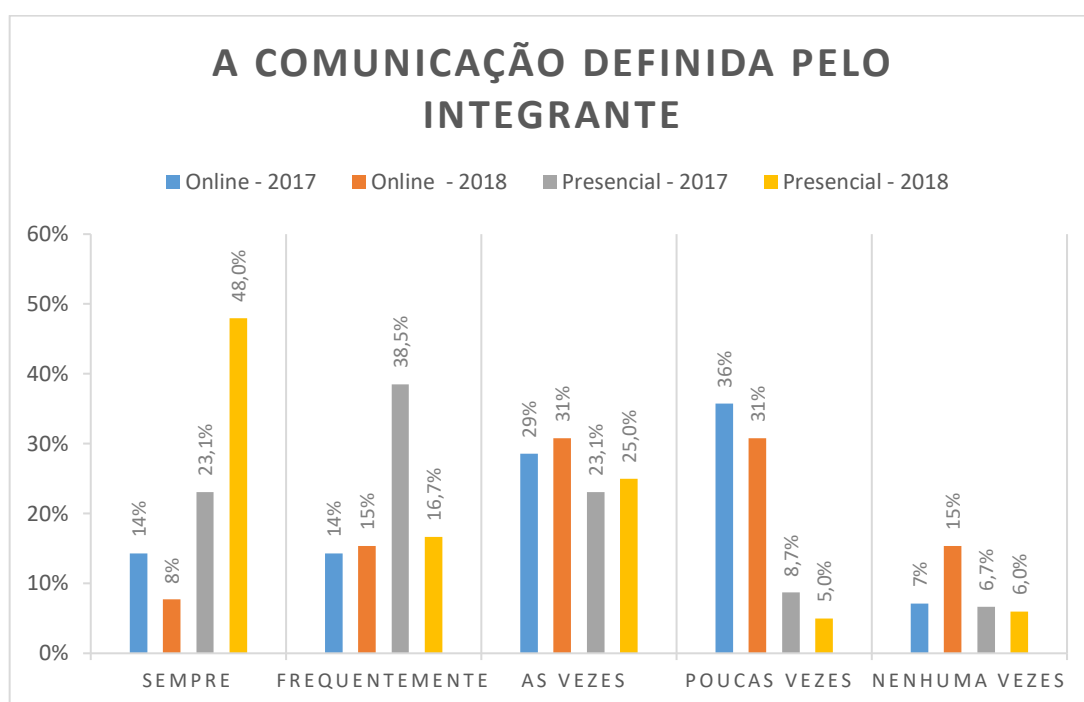
Fonte: Autor

Na Figura 48 que corresponde se a comunicação foi bem definida pelos integrantes, observa-se um percentual de 79% no ano de 2017 com a maior frequência de encontros dos participantes na forma presencial para a distribuição de tarefas entre realizados “sempre”, “frequentemente” e “algumas vezes”. Esta análise mostra que a diferença da distribuição de tarefas online foi de 34,3% em relação com o presencial. A relação da comunicação ficava clara e objetiva na utilização do espaço criativo de *coworking* estudantil. Estes dados mostram que para 53,3% dos membros do projeto online que “às vezes” e “nunca” a comunicação era clara.

A comunicação deficiente é provavelmente a principal fonte de conflito interpessoal no trabalho ou em atividades de projetos. Ter uma boa capacidade de comunicação é essencial para o sucesso na carreira profissional. Nenhum grupo pode existir sem a transferências de significados entre as pessoas.

Portanto as definições de comunicação no ano de 2018, que corresponde se a comunicação foi bem distribuída pelo integrante teve um percentual de 15% com a maior frequência de encontros dos participantes na forma presencial para a distribuição de tarefas entre realizados “sempre”, “frequentemente” e “algumas vezes”.

Figura 48 - A comunicação definida pelo integrante



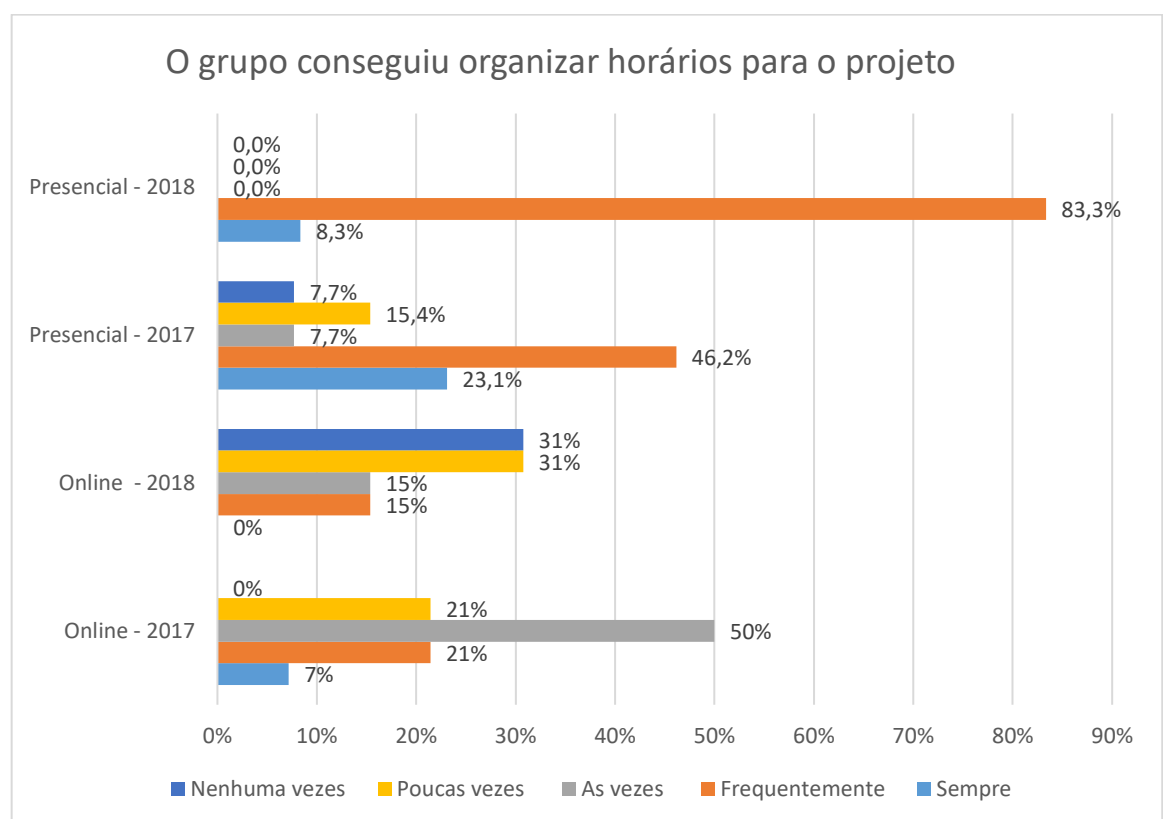
Fonte: Autor

Na Figura 48, a análise mostra que a diferença da definição de tarefas online foi 37,7% em relação com o presencial. A relação da comunicação ficava clara e objetiva na utilização do espaço criativo de *coworking* estudantil. Os dados mostram que 61,6% dos membros do projeto online que “às vezes” e “nunca” a comunicação era clara. Para ter uma base com maior rendimento os usuários de utilização de espaço, falaram que 2 vezes por semana fica difícil uma definição pelos colegas, pois a rotina de trabalho do grupo fora do projeto dificulta a criação e dedicação no

desenvolvimento. Muitos integrantes dos grupos se dispersaram para o realizar as tarefas do dia a dia de cada um, além ad demanda de trabalho que às vezes não dava tempo para a definição das atividades ou não tinham ligação com tal ação. A comunicação dentro de um grupo foi dos níveis altos para os mais baixos. Esta relação descendente identifica problemas que necessitam de atenção e fornece feedback sobre desempenho do projeto. O objetivo desta análise era obter dados relevantes sobre a utilização do espaço e fazer um comparativo entre o projeto online e presencial. A atividade mostrou que se fosse em um ambiente de trabalho com remuneração, a utilização do espaço seria mais aproveitada, ajudando os integrantes profissionais com suas tarefas diárias e proporcionado um trabalho com maior produtividade.

Em relação a organizar horários para o projeto apresentado a Figura 49 identifica que apenas 7% conseguiu se organizar para o projeto no ano de 2017 e esta realidade teve reflexo no ano de 2018 onde nenhum participante conseguiu tempo para o projeto.

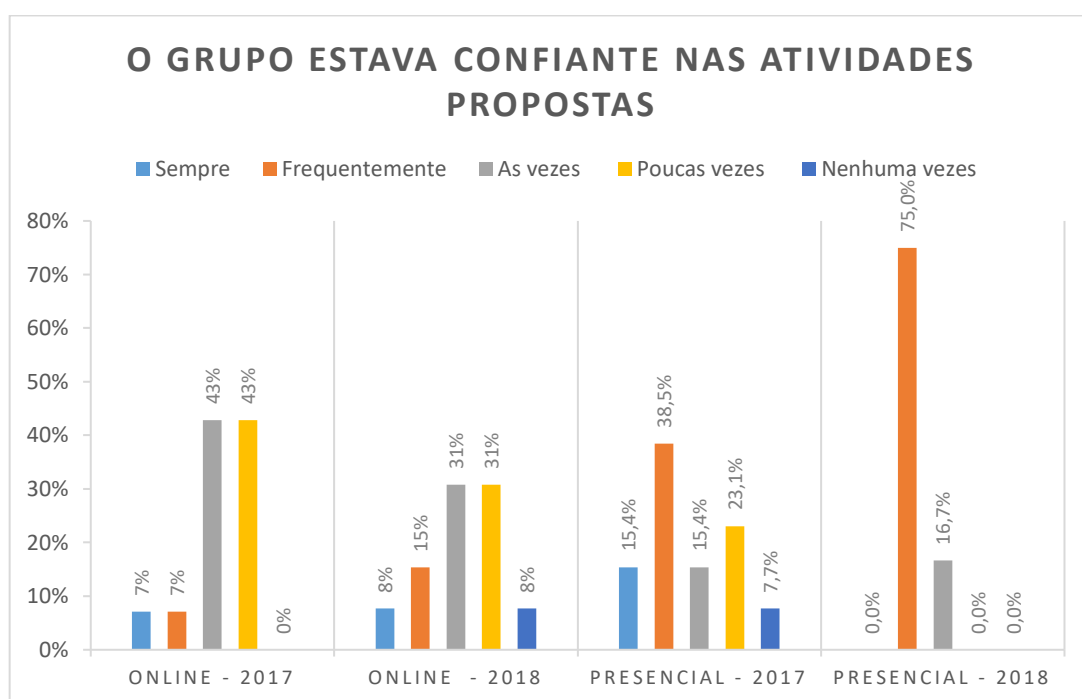
Figura 49 - O grupo conseguiu organizar horários para o projeto



Fonte: Autor

Em relação ao grupo presencial, com a utilização do espaço de *coworking* estudantil, 69,2% conseguiram organização por utilizar o local para as tarefas propostas. Contudo também houve reflexo para presença, onde 75% dos integrantes do projeto utilizaram o espaço. A satisfação do trabalho sugere que a organizar horários está correlacionado ao comportamento organizacional. As pessoas satisfeitas com o trabalho se organizam para o comprimento das tarefas em um ambiente físico. Já com uma relação antagônica com os colegas tem menos propensão a fazer, colocando sua dedicação para outros afazeres.

Figura 50 - O grupo estava confiante nas atividades propostas



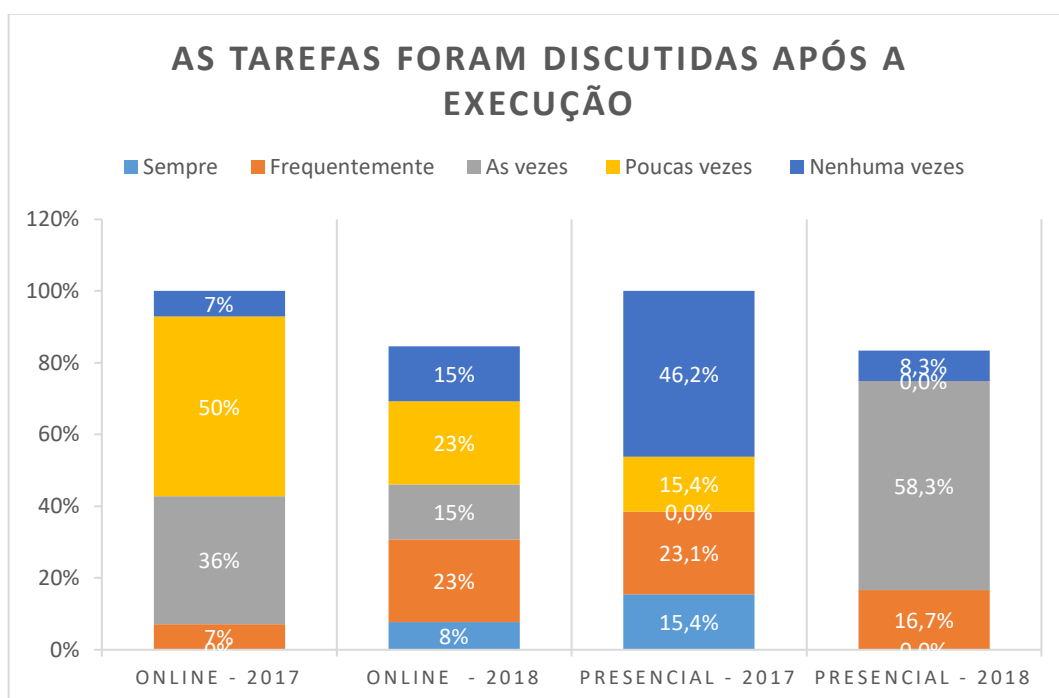
Fonte: Autor

Na análise sobre a confiança nas atividades representado na Figura 50, o grupo online de 2017 somou 86% com “algumas vezes” e “poucas vezes”, apresentando assim pouca confiança no desenrolar do trabalho. As atividades não eram claras por não terem interações presencialmente com os participantes. Isto refletiu também em 2018, com 62% menos do que apresentado em 2017. Contudo a interação do grupo presencial teve dados significativos: de 53,9% e 75% em relação a “sempre” e “frequentemente”. A confiabilidade no desenvolvimento das atividades a serem elaboradas no espaço criativo de *coworking* estudantil, justifica que a atividade

presencial entre os grupos apresentou maior confiança na elaboração da criação de atividades em conjunto. Um índice que se pode observar é que 7% em 2017 e nenhuma em 2018 “sempre” tiveram confiança nas atividades a serem desenvolvidas e discutidas entre os integrantes online. A confiança refere-se à predisposição que determinado indivíduo tem para confiar em outro. Este aspecto só pode ser trabalhando com o desenvolvimento de um tempo de maturação entre os integrantes do grupo, tanto presencialmente quanto online. Apenas a observação do comportamento entre o grupo de trabalho pode trazer confiança entre os integrantes.

Nota-se na Figura 51 que ambos os grupos tiveram poucas discussões a serem realizadas após a execução das tarefas propostas. O grupo presencial teve 61,6%, de “poucas vezes” e “nunca” discutiram sobre o desenvolvimento das atividades após sua elaboração. Esta interação teve um dado justificativo por ter muitas interações dentro do espaço criativo de *coworking*, no qual os grupos discutiram sobre o desenvolvimento de cada etapa do projeto. Já no online foi preciso refazer ou justificar a elaboração das propostas criadas. De todo modo, cerca de 42% dos membros online tiveram discussões “frequentemente” e “algumas vezes” após o trabalho.

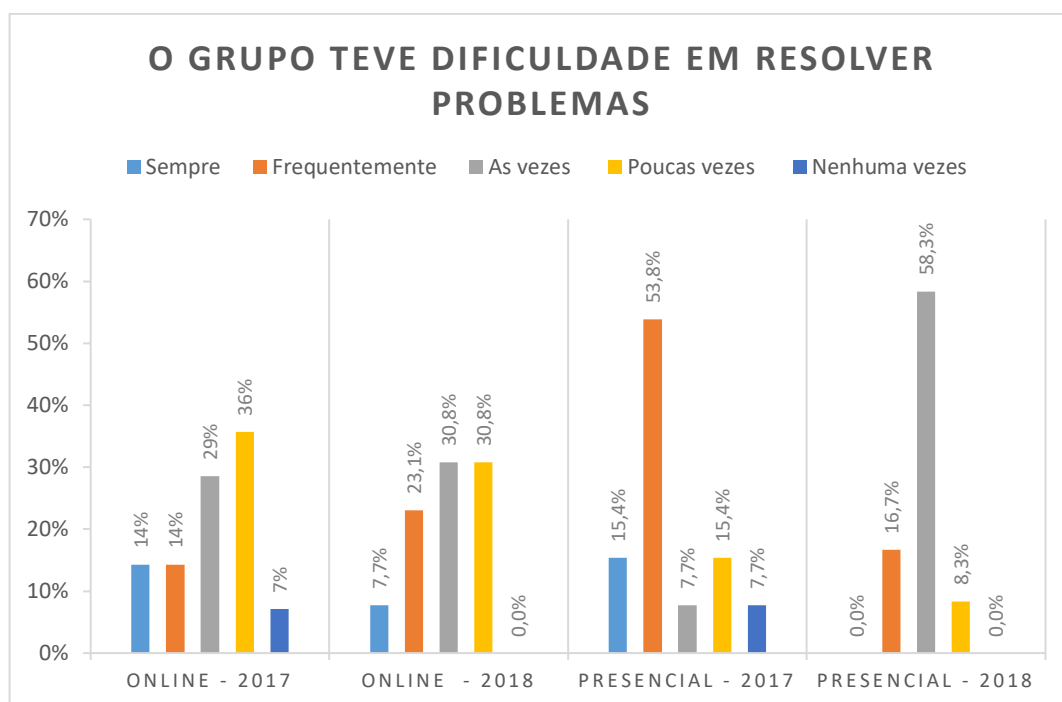
Figura 51 - As tarefas foram discutidas após a execução



Fonte: Autor

Como toda a implantação de um projeto e suas problemáticas, o desenvolvimento de um plano causa algumas dificuldades a serem resolvidas. Buscar soluções é bem comum em alguns casos e os problemas entre os grupos foram identificados na Figura 52, na qual os integrantes da turma presencial tiveram 59,2% de dificuldades em resolver problemas. Este dado é justificado novamente, pois as equipes que se reuniram no espaço de *coworking* estudantil tiveram um número menor de participantes, com uma ausência maior de seus membros e isso resultou em um maior índice de frequência nestas resoluções. O grupo online por estar diariamente nos meios de comunicação teve um índice de 30,8% nas resoluções dos problemas.

Figura 52 - O grupo teve dificuldade em resolver problemas



Fonte: Autor

A separação do projeto em dois grupos trouxe a dificuldade de se resolver um problema. Este aspecto tem origem nas variáveis de relação com os integrantes de cada grupo de trabalho. Para avaliar o desempenho de uma equipe, é preciso entender o conhecimento, as habilidades e as capacidades individuais de cada pessoa. Além da locação de papéis, da diversidade, do tamanho da equipe e das preferências dos alunos pelos trabalhos. Para a diminuição dos problemas, é

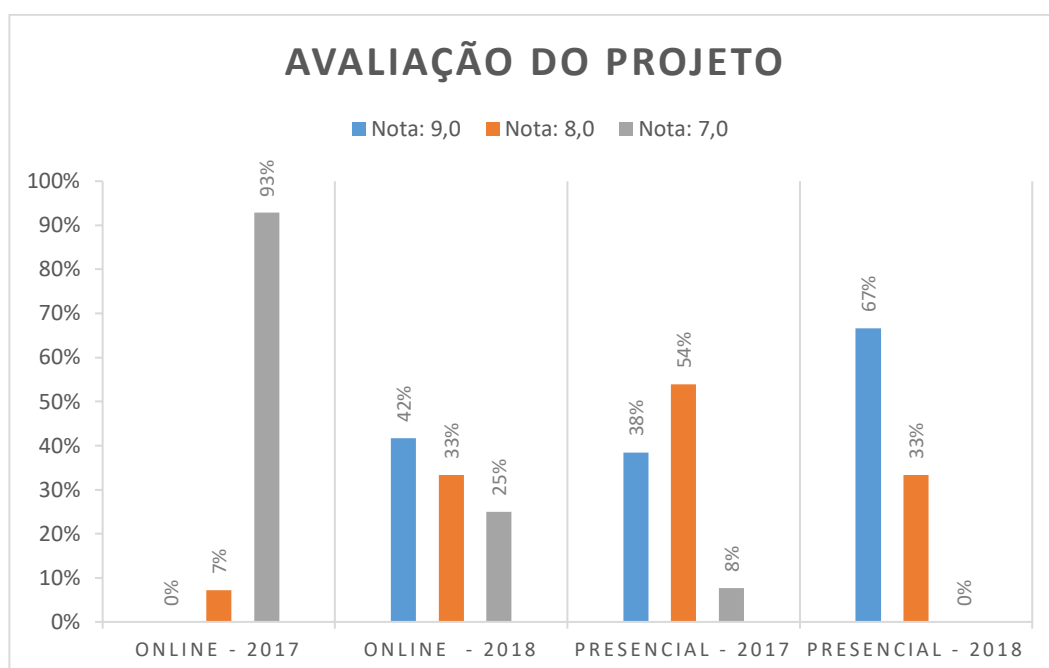
necessário ter uma compreensão do trabalho em grupo e o desempenho de uma equipe não pode ser apenas o somatório das capacidades individuais, mas sim um coletivo.

4.3. Avaliação do Projeto Pelos Profissionais

Os dados levantados na pesquisa foram justificados em uma avaliação com profissionais do mercado de agências digitais de São Paulo – SP. O projeto foi avaliado na apresentação e no desenvolvimento das atividades realizadas nas redes sociais, que contou com impulsionamento de publicações e criações de peças gráficas online no Facebook da Escola Pública Etec Parque da Juventude.

Os projetos foram avaliados com nota de 0 a 10 representado por online e presencial. Os profissionais avaliaram os dois grupos sem saber qual das equipes faziam parte do processo desenvolvido no espaço criativo de *coworking* estudantil e no desenvolvimento online.

Figura 53 - Avaliação do Projeto



Fonte: Autor

De acordo com profissionais de mídias sociais, os critérios de avaliação e do desenvolvimento de projetos, o de 2018 teve uma maior qualidade e superação das equipes tanto online quando presencial. Esta relevância se dá a maior maturidade da utilização do espaço e como ele pode ser usado de forma inovadora.

A análise dos resultados mostra, entre suas informações mais relevantes, de acordo com a Figura 53, que as notas do grupo presencial foram melhores que o online, que teve 93% de notas 7 nas criações das tarefas desenvolvidas online no segundo semestre de 2017 e nenhuma nota 9 - nota máxima estipulada pelos profissionais de mídias sociais. Contudo no primeiro semestre de 2018, o número de notas 7 caiu para 25%.

Uma outra análise que pode ser feita é a qualidade da apresentação no ano de 2018, tanto online quanto presencial. A produção das peças levou mais qualidade ao desenvolvimento do projeto. Este melhor desempenho se dá pelo grupo de 2018 ter um grupo formado por designers e jornalistas totalizando 8 pessoas com conhecimento técnico em criar apresentações e nas ferramentas gráficas.

As notas dos avaliadores mostraram que a utilização do espaço de *coworking* trouxe 92% das notas equivalentes a 8 e 9, justificando, assim a utilização do espaço como uma forma de garantir qualidade no planejamento e na interação de conhecimento das tarefas apresentadas.

A avaliação para analisar o desempenho dos grupos terá muita influência sobre o comportamento deles. Os critérios para avaliar o comportamento organizacional dos projetos foram: os resultados individuais, o comportamento e o desenvolvimento do trabalho em si. Assim, os avaliadores gostaram muito das apresentações e da dedicação que os alunos desempenharam nos trabalhos tanto em grupo como individualmente. Os elogios foram em relação à criação das peças, à apresentação e aos pequenos recursos que eles tiveram à disposição, trazendo um número grande de seguidores para a página e gerando uma receita maior para a escola com as mídias sociais.

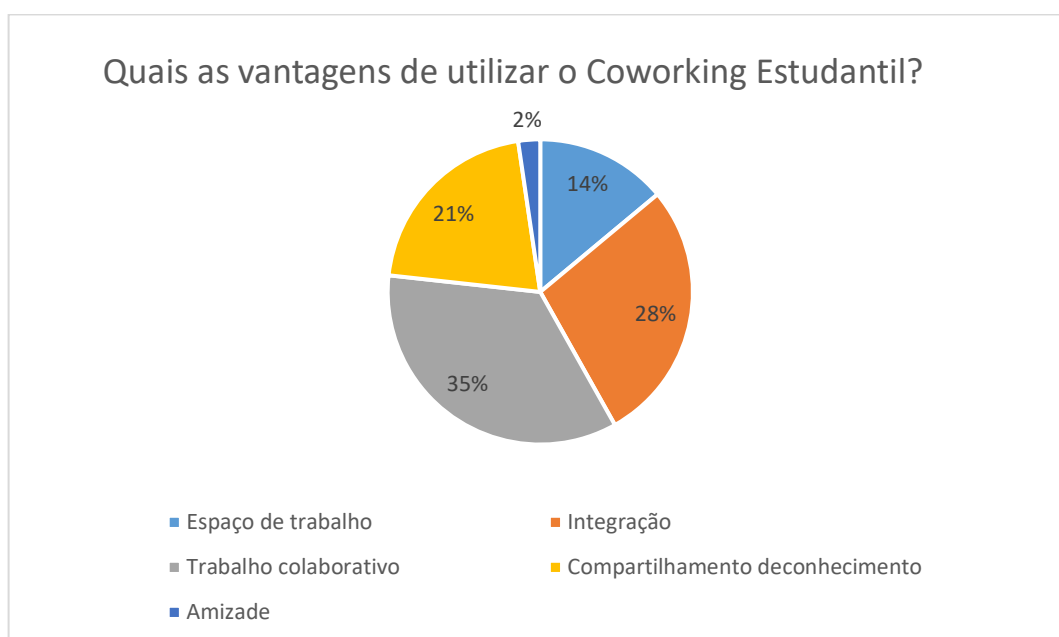
4.4. Relação dos Resultados da Ergonomia Organizacional e o Coworking Estudantil

Com a intenção de analisar situações de comportamento e estrutura da ergonomia organizacional na infraestrutura e no funcionamento das tarefas do *coworking* estudantil da Etec Parque da Juventude, foram enviados aos alunos um questionário online via ferramenta *GoogleForms* que determinava a utilização do espaço e sugestões de mudanças do local.

Os questionários foram enviados para todos os alunos participantes da análise. Dos alunos 54 que receberam o formulário, entre o segundo semestre de 2017 e primeiro semestre de 2018, 35 responderam. Para isso, foram elaboradas questões sobre a utilização do espaço, estrutura física e as vantagens de se utilizar o local.

A partir da análise dos dados apresentados na Figura 54 pode-se concluir que: para 35% dos alunos a maior vantagem de utilizar o *coworking* estudantil se dava por meio dos trabalhos colaborativos e para 28% o principal era o compartilhamento de conhecimento. No aspecto amizade somente 2% viram a possibilidade de poder ter um relacionamento particular fora do âmbito do local.

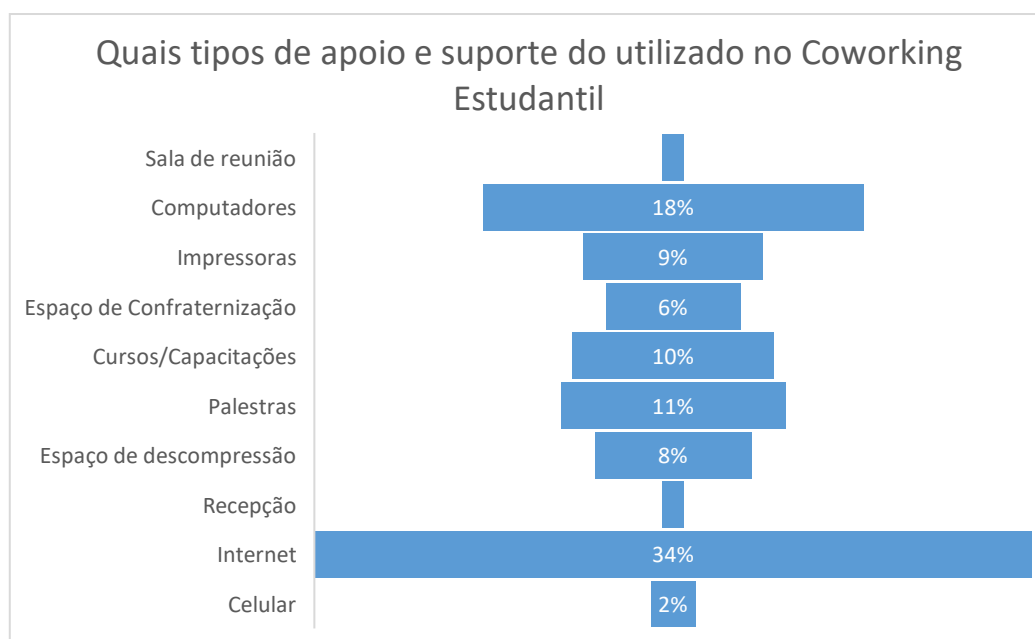
Figura 54 - Vantagem de Utilizar o Coworking Estudantil



Fonte: elaborado pelo Autor

Os fatores que mostram quais são os principais aspectos de apoio e suporte que existem no espaço de *coworking* estão descriminados na Figura 55. Para 34% dos alunos a utilização da internet é fundamental; o segundo item teve 18% dos estudantes apontando a utilização de computadores para auxílio da atividade de produção como essencial. A capacitação e o desenvolvimento de atividades relativas ao espaço como curso/capacitações e palestras tiveram 10% e 11% das respostas, respectivamente. Um fator que não teve relevância ao suporte ou reconhecimento pelos alunos foi a área de descompressão que aparece com 8% das respostas, apesar de ter sido uma das áreas mais utilizadas por eles no desenvolvimento do projeto de Mídias Sociais.

Figura 55 - Quais tipos de apoio e suporte utilizados no *coworking* estudantil



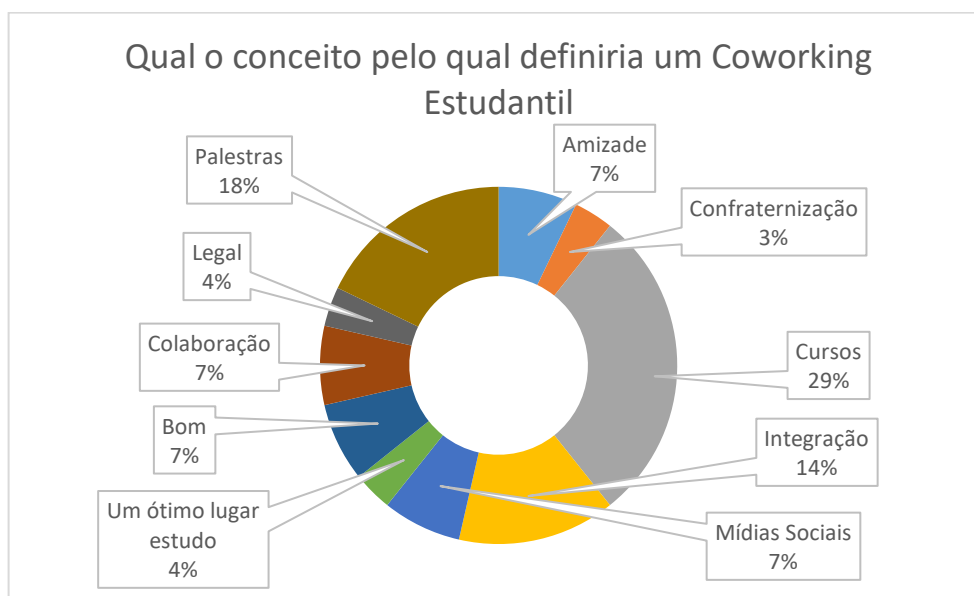
Fonte: elaborado pelo Autor

Em relação à sala de reunião, o 1% das respostas, pode ser explicado por não haver vínculo com as atividades de empreender ou com assuntos específicos ao espaço e sua utilização.

A Figura 56 mostra como os alunos responderam sobre como seria definido um *coworking* estudantil. Para 29%, o espaço foi destinado ao desenvolvimento do curso. Este resultado teve grande relevância, pois a utilização do *coworking* estudantil foi

utilizado como laboratório e para a interação dos alunos. Já para 14% dos respondentes, a integração teve uma maior importância com o espaço e ajudou no desenvolvimento do trabalho e suas características para o estudo apresentado nesta dissertação.

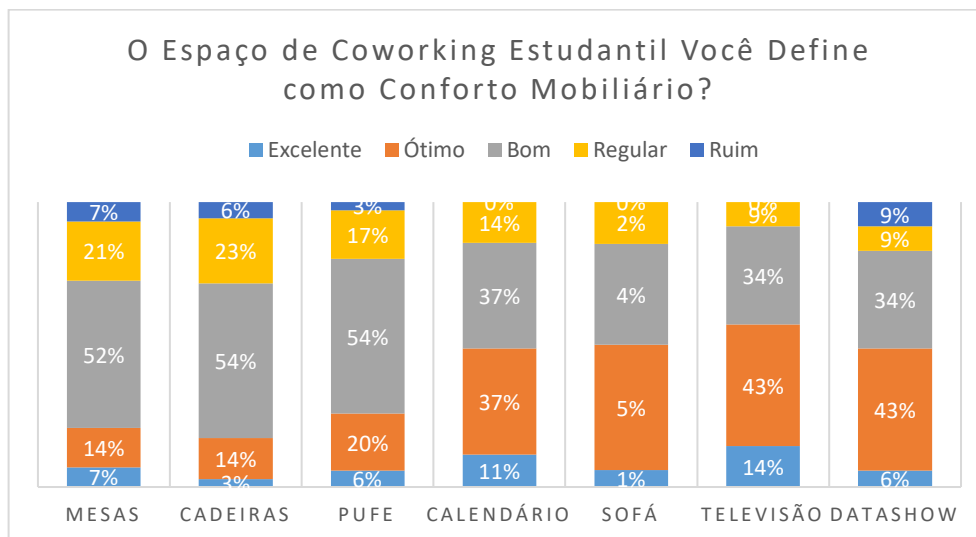
Figura 56 - Qual o conceito pelo qual definiria um Coworking Estudantil



Fonte: elaborado pelo Autor

Foi verificada também como acontece a ergonomia na relação entre homem e máquina visando a segurança e a eficiência, além de como as ideias se integram com as condições de trabalho humano, por meio do espaço e sua definição de conforto ergonômico com o mobiliário. A Figura 57 demonstra que as “Mesas”, “Cadeiras”, “Pufe”, “Calendário”, “Sofá”, “Televisão” e “Datashow”, foram analisados e identificados como parte integrada para o conforto. Os alunos analisaram o conforto do *coworking* e demonstraram que as “Mesas”, “Cadeiras” e “Pufe” com 52%, 54% e 54% das respostas como bom apontam para o conforto proporcionado pelo local.

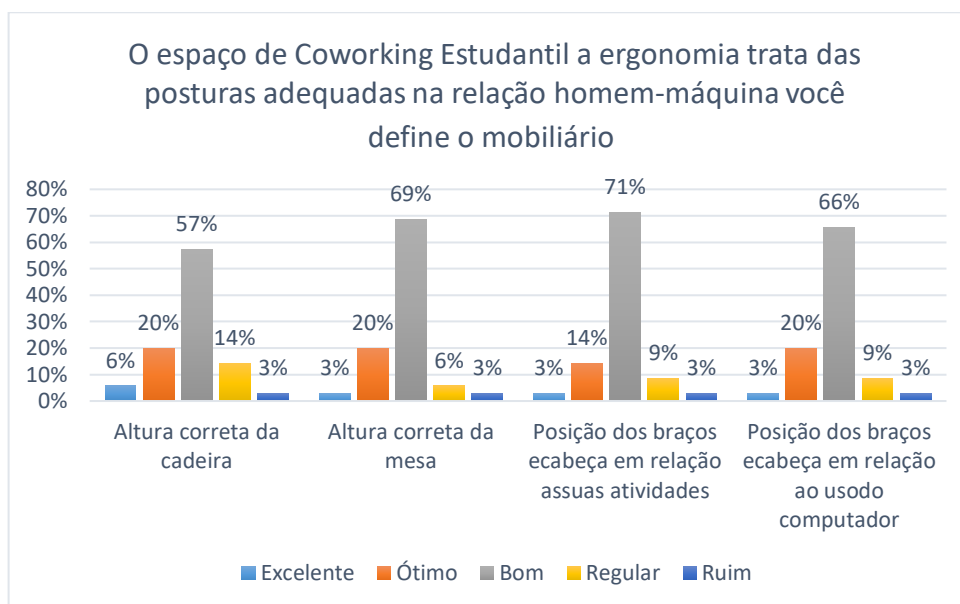
Figura 57 - O espaço de Coworking Estudantil você define como o Conforto Mobiliário



Fonte: elaborado pelo Autor

De acordo com os entrevistados, a postura na relação homem-máquina, a altura correta da cadeira e das mesas, além da posição dos braços em relação ao uso do computador obtiveram uma média de 65,8% do aspecto “Bom” para o mobiliário. Os dados estão representados na Figura 58.

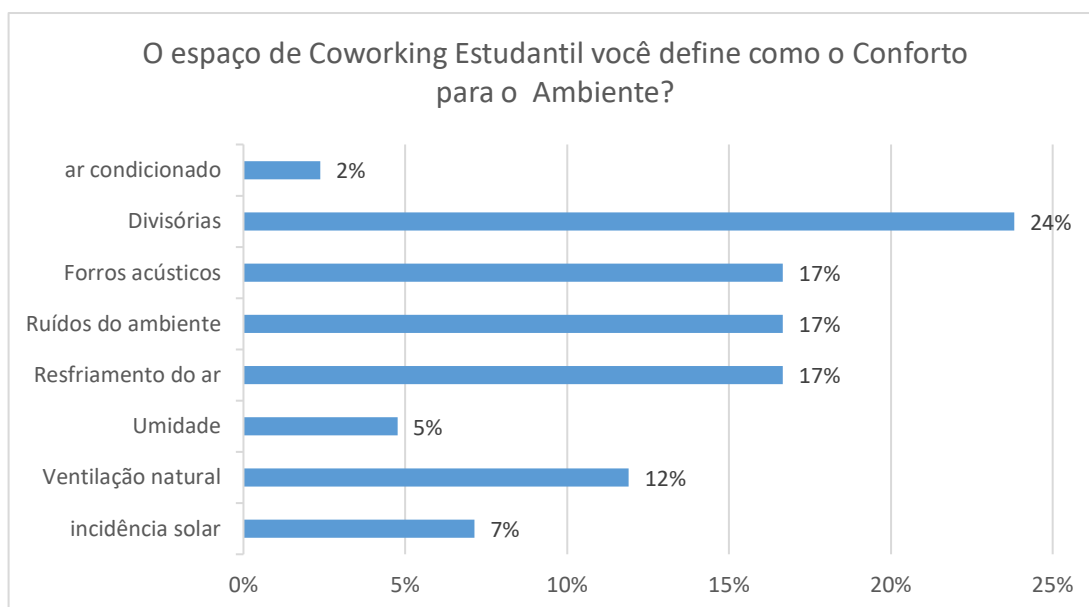
Figura 58 - A ergonomia trata das posturas adequadas na relação



Fonte: elaborado pelo Autor

A informação na Figura 59 mostra como os alunos definem o conforto para o ambiente. O valor de 24% para a separação das mesas por “divisórias” chamou a atenção. Este número se dá por que algumas discussões entres os integrantes do grupo tinham mais privacidade entre eles, ajudando, assim, a obter um foco maior no desenvolvimento do projeto.

Figura 59 - O espaço de Coworking Estudantil você define como o Conforto do Ambiente?



Fonte: elaborado pelo Autor

A aplicação do questionário aos alunos permitiu identificar a visão que eles possuem a respeito do uso e da existência deste tipo de espaço, mesmo não sendo uma opinião tecnicamente qualificada, pois a maioria não usufrui diariamente da utilização do *coworking* estudantil. Mas, eles enxergam sim esses ambientes como fonte de motivação e inspiração para colocar em prática trabalhos em grupos, *networking* e incentivo para realização de treinamento para o mercado de trabalho e afins.

4.5. Contribuição da Ergonomia Organizacional para Organização de um Cowoking Estudantil

Conforme as informações coletadas serão propostas diretrizes para a instalação de um *coworking* estudantil que ajude e incentive a inovação e o empreendedorismo em escolas e universidades.

Entre os aspectos ergonômicos, mesas e cadeiras precisam ser confortáveis e com regulagem de altura para se adequarem a cada tipo de pessoa e suas necessidades. A área de descompressão é uma área para ideias e discussões, além de criação, inovação e empreendedorismo.

Para o desenvolvimento de um Coworking Estudantil as diretrizes propostas foram elaboradas a partir da leitura e interpretação dos questionários e observação de uso do espaço analisado:

1. Aspectos pedagógicos do *coworking* estudantil
 - a. Adequar as possíveis salas e/ou laboratórios para a criação e utilização de um *coworking* estudantil
 - b. Incentivar o uso com o conteúdo programático das disciplinas para incentivar a inovação e o empreendedorismo.
 - c. Disponibilizar treinamento ou capacitação para os docentes e técnicas pedagógicas para incentivar e acompanhar o uso do *coworking*
 - d. Discriminar os aspectos de uso do *coworking* estudantil e suas diretrizes de projetos
 - e. Disponibilizar a utilização de profissionais que queiram contribuir com a interação do espaço como palestras e cursos voltados para o mercado de trabalho.
2. Aspectos organizacionais
 - a. Compra, se necessário, de cadeiras com regulagem de altura
 - b. Mesas que possam ser movidas
 - c. Divisórias móveis para abafamento de som interno/externo, se necessário
 - d. Desenvolvimento de calendário geral e individual sobre atividades existentes no espaço e trabalhos realizados

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa constatou que a utilização do espaço de *coworking* estudantil em um ambiente complexo favorece a realização de projetos em conjunto. A união de visões diferentes colabora e concilia para a realização de um bem maior, com a soma de conhecimentos de forma natural.

Ao analisar a proposta do projeto quanto à utilização do espaço criativo e/ou *coworking* estudantil, foi identificado que 71,5% dos participantes do grupo “online no ano de 2017” responderam que se reuniram sempre ou frequentemente, um percentual maior do que os 69,3% daqueles que se encontraram no espaço criativo e/ou *coworking* estudantil. Este resultado mostra que a interação online, com o uso de ferramentas de comunicação, obteve uma integração frequente de conversas, diferente do grupo presencial que esperava a participação e a interação no espaço. No ano de 2018, o índice de interação entre os membros do grupo presencial era de 83%, superior ao online, que registrou 38%.

Na definição de tarefas, os grupos online obtiveram vantagem com 71,5% contra 69% sobre o grupo presencial, por aquele ter um histórico de conversas sobre as atividades propostas. No requisito comunicação, o desenvolvimento presencial teve uma relação bem significativa entre o online, que ficou com 28% e o presencial que teve 61,6% das respostas sempre e frequentemente. A pesquisa foi motivada pelo desejo de compreender de que forma o espaço criativo e/ou *coworking* estudantil utilizados em projetos de mídias sociais podem ser mais do que um local de trabalho, ao compor a multidisciplinaridade, que tem o objetivo de agregar conhecimentos, comunicação e definições de propostas claras e objetivas.

O desenvolvimento de um comportamento organizacional precisa ser claro para a elaboração de um critério de aprendizagem para que os alunos, assim, criem uma abertura do conhecimento da comunidade geral de espaços compartilhados e suas potencialidades na execução de tarefas. A transdisciplinaridade somada ao profissional de mídia social facilita e promove a busca pela unidade do conhecimento e a compreensão da realidade para apoiar o crescimento profissional do estudante gerando melhores resultados e inovação contínua e satisfatória.

A pesquisa constatou, no segundo semestre de 2017, que espaços criativos/*coworking* são ambientes complexos nos quais visões pessoais em relação a projetos diferentes convivem, colaboram e conciliam em favor de um bem maior. Além da soma de conhecimento e da organização natural conforme a proposta do projeto avança. Uma gama de novas ideias foram surgindo durante o desenvolvimento desta dissertação e como sugestão a pesquisas que podem vir no futuro estão: pessoas voltadas para o desenvolvimento do comportamento organizacional, espaços de *coworking* e mídias sociais:

- ❖ O desenvolvimento de um espaço de *coworking* voltado para os Ensinos fundamental I e II, Ensino Médio e Universidade com uma estrutura empreendedora e de relacionamento entre pesquisa e novas formas de aprender e compartilhar o conhecimento;
- ❖ Elaborar técnicas para a criação de metodologia para os espaços criativos e sua forma de interação;
- ❖ Estudo da importância das habilidades interpessoais nos espaços de *coworking* e estabelecer funções, papéis e habilidades dos espaços analisados;
- ❖ Analisar e identificar desafios e oportunidades na geração que utiliza uma forma alternativa de trabalho e aplicar conceitos de comportamento e interatividade entre os usuários;
- ❖ Identificar traços de personalidade mais relevantes na utilização de *coworking* ou *coworking* estudantil para atuação desta nova forma de espaço de trabalho;
- ❖ Estudo de novos fatores que identificam uma cultura organizacional e ergonômica e sua cultura positiva e ética em um ambiente compartilhado.

Como um modelo de espaço para trabalhar, o *coworking* estudantil reúne ambiente de trabalho com recursos de escritório, pessoas e estudantes e em alguns casos parceiro e empresa para o bem-estar dos alunos e profissionais. Além disso, pode gerar um grande impacto na produtividade e liberdade de qualidade de vida e independências e integração, deixando as escolas/universidades próximas ao mercado de trabalho e empresas.

O design pode interferir tanto na Ergonomia Cognitiva trabalhando na satisfação do indivíduo com as máquinas quanto junto à Ergonomia Física para observar e orientar o desenvolvimento tecnológico de recursos, layout e conceitos capazes de proporcionar uma ocupação agradável aos ambientes de *coworking* estudantil.

Por fim, a transdisciplinaridade somada ao Design facilita e promove a busca pela unidade do conhecimento e compreensão da realidade para apoiar o empreendedorismo de forma sustentável e consciente, gerando melhores resultados de um sistema de valores compartilhado pelos membros que utilizam uma forma de espaço que se diferencia dos demais, gerando um comportamento organizacional eficaz, inovador e satisfatório.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

AIDIS, R.; ESTRINB, S.; MICKIEWICZA, T. Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective - ScienceDirect. 2008. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902608000098>>. Acesso em: 31 jan. 2019.

AKHAVAN, M. *et al.* Coworking Spaces and New Social Relations: A Focus on the Social Streets in Italy. *Urban Science*, v. 3, n. 1, p. 2, mar. 2019a.

AKHAVAN, M. *et al.* Coworking Spaces and New Social Relations: A Focus on the Social Streets in Italy. *Urban Science*, v. 3, n. 1, p. 2, mar. 2019b.

ALENCAR, E. M. S.; FLEITH, D. DE S. *Criatividade: múltiplas perspectivas*. [S.l.]: UnB., 2003.

AUDRAN, J. Se former par la simulation, une pratique qui joue avec la réalité. *Recherche formation*, v. n° 82, n. 2, p. 9–16, 2016.

BASTOS, R. *O que é Design Organizacional*. Disponível em: <<https://targetteal.com/pt/blog/o-que-e-design-organizacional/>>. Acesso em: 14 jan. 2019.

BECKER, H. S. *A Sociological View*. [S.l.: s.n.], 1982. . Acesso em: 26 mar. 2019.

BLACK, E. *Chris Messina, inventor de hashtag*. Disponível em: <<https://www.cnn.com/2018/04/30/chris-messina-hashtag-inventor.html>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

BOCK. *Neue Arbeitswelten: Schreibtisch zur Miete*. Disponível em: <<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/karriere/a-627327.html>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

BROWN JR., O. The evolution and development of Macroergonomics. p. 1175–1177, 1986.

CAMPOS, J. G. C.; TEIXEIRA, C. S.; SCHMITZ, A. Coworking Spaces: Concepts, Types and Features. 2015. Disponível em: <<http://rgdoi.net/10.13140/RG.2.1.4611.5604>>. Acesso em: 5 dez. 2018.

CANIÇALI, M. S. A nova concepção de trabalho Contextualização e mudanças nas relações dos espaços corporativos. *Revista Especialize On-line IPOG*. n. 14, dez. 2017.

CANTARERO MUNHOZ, A. C. *et al.* COWORKING E CROWDSOURCING: COMO MODELOS DE NEGÓCIOS INOVADORES INFLUÊNCIAM NO DESENVOLVIMENTO DE START-UPS. out. 2013. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/16semead/resultado/trabalhosPDF/1079.pdf>>. Acesso em: 13 jan. 2019.

Censo Coworking Brasil 2018. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/censo/2018/>>. Acesso em: 25 jan. 2019.

CHIAVENATO, I. *EMPREENDEADORISMO DANDO ASAS AO ESPÍRITO EMPREENDEDOR*. [S.l.: s.n.], 2007. Disponível em: <<http://www.buscadaexcelencia.com.br/wp-content/uploads/2010/08/Livro-Empreendedorismo-Idalberto-Chiavenato.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2019.

COTTON, J. *The powring ovt of the seven vials: or, An exposition, of the 16. chapter of the Revelation, with an application of it to our times. Wherein is revealed God's powring out the full vials of his fierce wrath. 1. Upon the lowest and basest sort of Catholicks. 2. Their worship and religion. 3. Their priests and ministers. 4. The House of Austria, and Popes supremacy. 5. Episcopall government. 6. Their Euphrates, or the streame of their supportments. 7. Their grosse ignorance, and blind superstitions. Very fit and necessary for this present age*. [S.l.]: Printed for R. S. and are to be sold at Henry Overtons shop in Popeshead alley., 1642.

CUSTÓDIO, M. *Saiba quais são as 10 Redes Sociais mais usadas no Brasil [2018]*. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas/>>. Acesso em: 14 jan. 2019.

DELGOULET, C. *et al.* Ergonomic Analysis on Work Activity and Training. *ResearchGate*, 4 jan. 2012. Acesso em: 25 mar. 2019.

DE MASI, Domenico. **O futuro do trabalho: fadiga e ócio na sociedade pós-Industrial**. Rio de Janeiro, José Olympio, 2003

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo*. [S.l.]: Elsevier Brasil, 2008.

FALZON, P. *Ergonomia construtiva*. [S.l.]: Editora Blucher, 2016a.

FALZON, P. *Ergonomia Construtiva*. [S.l.: s.n.], 2016b. v. 1ª edição. Disponível em: <<https://www.blucher.com.br/livro/detalhes/ergonomia-construtiva-1198>>. Acesso em: 25 mar. 2019.

FOERTSCH, C. *Crescimento estável do Coworking: 820 espaços agora ativos no mundo | Deskmag | Coworking*. Disponível em: <<http://www.deskmag.com/en/820-coworking-spaces-worldwide-statistics>>. Acesso em: 18 jan. 2019a.

FOERTSCH, C. *O que é coworking e seu contexto cultural? | Deskmag | Coworking*. Disponível em: <<http://www.deskmag.com/en/what-is-coworking-about-the-changing-labor-market-208>>. Acesso em: 26 jan. 2019b.

FOST, Dan. They're Working on Their Own, Just Side by Side. *The New York Times*, 20 fev. 2008. Business DayDisponível em: <<https://www.nytimes.com/2008/02/20/business/businessspecial2/20cowork.html>>. Acesso em: 18 jan. 2019.

GOYA, J. Y. L. A importância dos espaços colaborativos universitários para a formação do designer. 27 fev. 2019. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/181497>>. Acesso em: 26 jun. 2019.

HEATH, C.; SITKIN, S. B. *What is Organizacional about Organizacional Behavior*. [S.l: s.n.], 2003.

HENDRICK, H. Adaptation, development and palication of tools and methods for macroergonomic field research. Queinnec Y. & Daniellou F. – Designing for everyone. Proceedings of the Xith Trinnial Congress of The International Ergonomics Association,. Taylor and Francs, London, 1991.

HILLMAN, A. *COWORKING CORE VALUES 4 OF 5: COMMUNITY*. . [S.l: s.n.]. Disponível em: <<https://dangerouslyawesome.com/2011/08/>>. Acesso em: 17 abr. 2019. , 2011

JASTRZEBOWSKI, W. *Rys Ergonomji, czyli Nauki o Pracy. Ergonomia*. [S.l: s.n.], 1979.

JOHNS, T.; GRATTON, L. The Third Wave of Virtual Work. p. 66, – 73, 2013.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Administração de marketing. Tradução Mônica Rosenberg, Brasil Ramos Fernandes, Cláudia Freire; revisão técnica Dílson Gabriel dos Santos*. – 12 ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. [S.l: s.n.], 2016.

LAVILLE, A. *Ergonomia*. [S.l: s.n.], 1977.

LEFORESTIER, A. The Co-Working space concept. p. 19, fev. 2009.

LEPLAT, J. La notion de régulation dans l'analyse de l'activité. *Perspectives interdisciplinaires sur le travail et la santé*, n. 8–1, 1 maio 2006. Disponível em: <<http://journals.openedition.org/pistes/3101>>. Acesso em: 25 mar. 2019.

LOI, Daria; DILLON, Patrick. Adaptive educational environments as creative spaces. 21 nov. 2006. , p. 363–381.

MASCULO, F. S.; VIDAL, M. C. *Ergonomia: Trabalho adequado e eficiente*. [S.l.]: Elsevier; Edição: 1ª (9 de agosto de 2011), 2011.

MOLLO, V.; FALZON, P. Confrontation as tools for reflective activities. p. 531–540, 2004.

MONTEIRO, D.; AZARITE, R. *Monitoramento e métricas de Mídias Sociais: Do estagiário ao CEO*. Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Monitoramento-m%C3%A9tricas-M%C3%ADdias-Sociais-estagi%C3%A1rio-ebook/dp/B00DNEA5HS>>. Acesso em: 14 jan. 2019.

MURRELL, O. G. E. AND K. F. H. The Ergonomic Research Society. London, Taylor and Francis. 1973.

NASCIMENTO, P. C. Salário Mínimo Profissional: 50 anos de lutas e conquistas. p. 13, 2016.

NEUBERG, B. *Coworking: espaço de escritório comunitário para escritores e programadores*. Disponível em: <<http://codinginparadise.org/coworking/>>. Acesso em: 18 jan. 2019.

NORMAN, D. *esign emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia*. 2008.

O mapa do coworking no mundo. Copa Coworking. [S.l: s.n.]. Disponível em: <<https://blog.copa.work/index.php/2018/08/24/o-mapa-do-coworking-no-mundo/>>. Acesso em: 27 jan. 2019. , 24 ago. 2018

OBERHOLZ, A. *Fierre oder zum Mitnehmen?: Geschichten aus dem St. Oberholz*. Berlin: [s.n.], 2012.

O'REILLY III, C. A.; CHATMAN, J.; CALDWELL, D. F. *Pepole and Organizational Culture: A Profile Comprarison Appach to Assessing Person-Organization Fit*. [S.l: s.n.], 1991.

ORSO, A. *Coworking in Philly: Indy Hall mulls its future as Pipeline, Venturef0rth, others explode. Billy Penn*. [S.l: s.n.]. Disponível em: <<https://billypenn.com/2015/06/03/coworking-in-philly-indy-hall-mulls-its-future-as-pipeline-venturef0rth-others-explode/>>. Acesso em: 26 jan. 2019. , 2015

PANTIC, M. *et al.* Human Computing and Machine Understanding of Human Behavior: A Survey. *Notas de Conferências em Ciência da Computação*, 2007, [S.l.]: Springer Berlin Heidelberg, 2007. p. 47–71.

PINI disponível em <http://www.au.pini.com.br/arquitetura-urbanismo/235/corporativoem-tr.aspx>

RABARDEL, P.; PASTRÉ, P. *Modèles du sujet pour la conception - Dialectiques activités développement*. [S.l.]: Softcover, 2005. v. 1. . Acesso em: 25 mar. 2019. (2915346259).

RATTNER, HENRIQUE. AVALIAÇÃO DE TECNOLOGIA (TECHNOLOGY ASSESSMENT) - UM INSTRUMENTO AUXILIAR NO PROCESSO DECISÓRIO. Rio de Janeiro, 1979. , p. 79–90.

REIS, E. P. DOS; ARMOND, Á. CARDOSO. *Empreendedorismo*. [S.l.]: IESDE BRASIL SA, 2012.

ROBBINS, S. P.; JUDGE, T. A.; SOBRAL, F. *Comportamento Organizacional: Teoria e Prática no Contexto Brasileiro*. [S.l: s.n.], 2010. v. 14.

ROGELBERG, S. G.; ROGELBERG, P. OF M. AND P. P. OF O. S. D. O. S. S. G. *Handbook of Research Methods in Industrial and Organizational Psychology*. [S.l.]: John Wiley & Sons, 2002.

ROSSO, **A tecnologia a favor do trabalho**, disponível em <http://www.au.pini.com.br/arquitetura-urbanismo/153/artigo38398-1.aspx>

SCHEIN, E. H. Kurt Lewin's change theory in the field and in the classroom: Notes toward a model of managed learning. *Systems practice*, v. 9, n. 1, p. 27–47, 1 fev. 1996.

SEBRAE. *O que são coworking e meetup? | Sebrae*. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-sao-coworking-e-meetup,b9692bf060b93410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 13 jan. 2019.

- SERTEK, P. *Empreendedorismo*. [S.l.]: Editora Ibplex, 2007.
- SILVA, D. C.; JÚNIOR, G. B.; PASCHOARELLI, L. C. Inovação e pesquisa em design nas universidades brasileiras. *Design e Tecnologia*, 31 dez. 2013. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/det/>>. Acesso em: 1 abr. 2019.
- SIQUEIRA, M. M. M. Medidas do comportamento organizacional. *Estudos de Psicologia (Natal)*, v. 7, n. spe, p. 11–18, 2002.
- STEFAN LEITNER-SIDL. *10 Years Konnex Communities*. . [S.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Y8wrD7um30Y>>. Acesso em: 18 jan. 2019. , 2012
- STERNBERG, R. J. *Introdução à Psicologia Cognitiva*. [S.l: s.n.], 2008. . Acesso em: 25 mar. 2019.
- SUNDSTED, T.; BACIGALUPO, T.; JONES, D. *I'm Outta Here: How Co-Working Is Making the Office Obsolete*. Edição: 1 ed. Brooklyn, NY: Not an MBA, 2009.
- The Coworking connection*. *DeepFUN*. [S.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.deepfun.com/the-coworking-connection/>>. Acesso em: 18 jan. 2019. , 5 ago. 2013
- VIDAL, M. C. Introdução a Ergonomia. p. 35, 2008.
- VIDAL, M. C. Introdução a Ergonomia. p. 35, 2012.
- WATERS-LYNCH, J. *et al. Coworking: A Transdisciplinary Overview*. SSRN Scholarly Paper, nº ID 2712217. Rochester, NY: Social Science Research Network, 26 jan. 2016. Disponível em: <<https://papers.ssrn.com/abstract=2712217>>. Acesso em: 17 abr. 2019.
- WISNER, A. A metodologia na Ergonomia : ontem e hoje. *Coll. de neurophysiologie du travail et Ergonomie du CNAM*, n. A. Textos selecionados de ergonomia. Fundacentro, São Paulo., 1993.
- WISNER, A. The operating models and the choice of variables in ergonomics field research. Paris, 1967.
- WISNER, A. Vers une antropotechnologie -Textes généraux en Ergonomie. *Coll. de neurophysiologie du travail et Ergonomie du CNAM*, Paris, v. vol II-1980/1986, 1974.

APÊNDICE 1

PERGUNTAS RESPOSTAS 15

15 respostas

RESUMO INDIVIDUAL

Desativando respostas

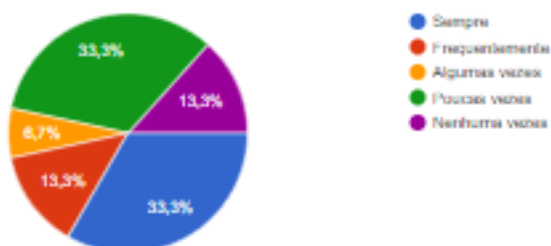
Nome

0 resposta

Ainda não há respostas para esta pergunta.

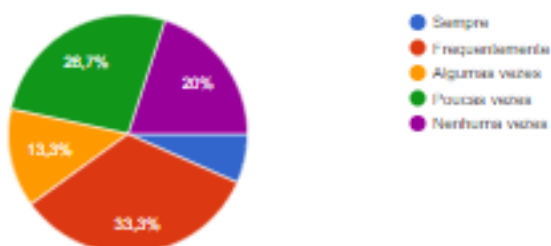
No projeto proposto existia interação com os colegas de trabalho.

15 respostas



As separações das tarefas foram bem definidas pelo grupo

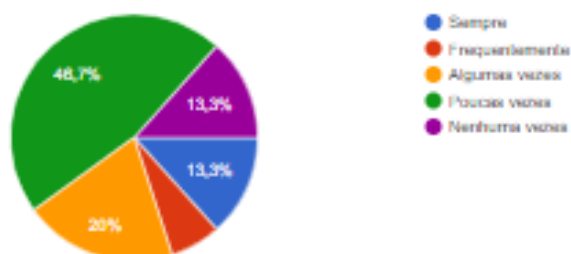
15 respostas



Nas tarefas propostas a comunicação eram bem definidas?

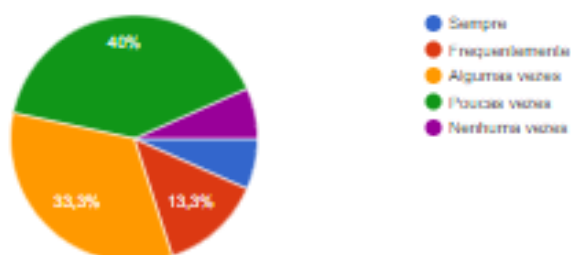


15 respostas



O grupo soube organizar horários específicos para o desenvolvimento do projeto.

15 respostas



O grupo tinha segurança nas atividades propostas

15 respostas



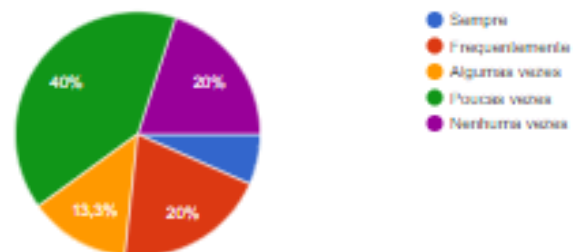
O grupo tinha segurança nas atividades propostas

15 respostas



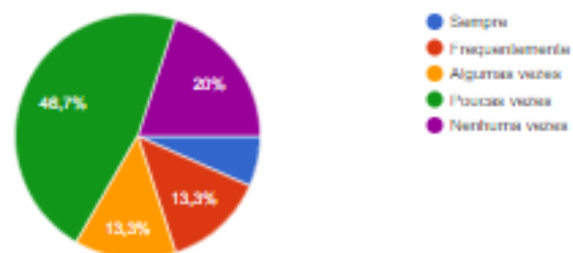
O grupo teve dificuldade em resolver problemas

15 respostas



As tarefas eram discutidas após sua execução

15 respostas



APÊNDICE 2

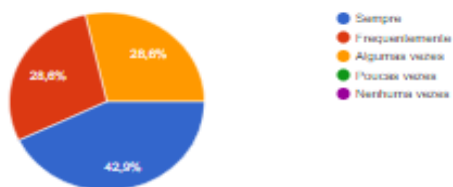
PERGUNTAS

RESPOSTAS

14

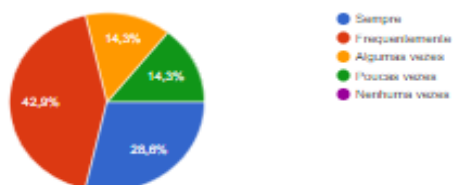
No projeto proposto existia interação com os colegas de trabalho

14 respostas



As separações das tarefas foram bem definidas pelo grupo

14 respostas



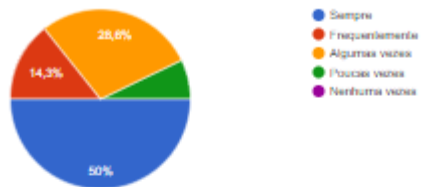
Nas tarefas propostas a comunicação eram bem definidas?

14 respostas



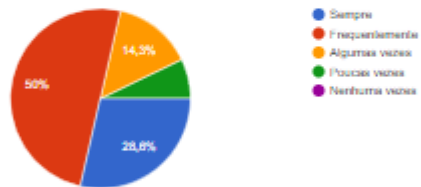
Nas tarefas propostas a comunicação eram bem definidas?

14 respostas



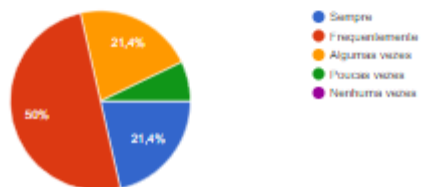
O grupo soube organizar horários específicos para o desenvolvimento do projeto.

14 respostas



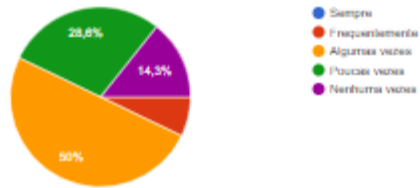
O grupo tinha segurança nas atividades propostas

14 respostas



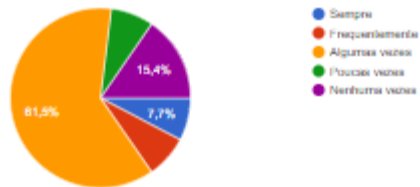
O grupo teve dificuldade em resolver problemas

14 respostas



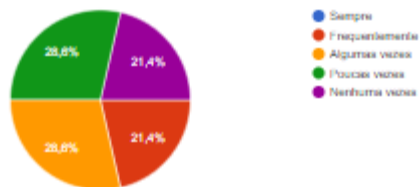
As tarefas eram discutidas após sua execução

13 respostas



O grupo teve dificuldade em se reunir para execução das tarefas

14 respostas



APÊNDICE 3

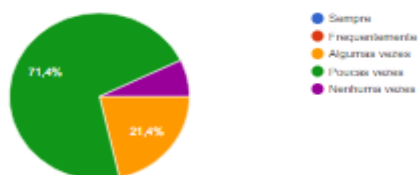
No projeto proposto existia interação com os colegas de trabalho.

14 respostas



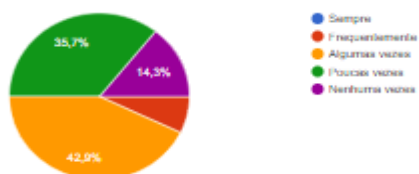
As separações das tarefas foram bem definidas pelo grupo

14 respostas



Nas tarefas propostas a comunicação eram bem definidas?

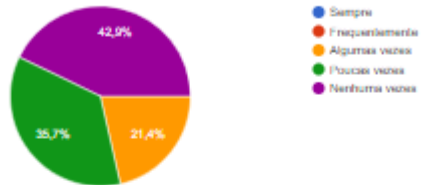
14 respostas



O grupo soube organizar horários específicos para o desenvolvimento do projeto.

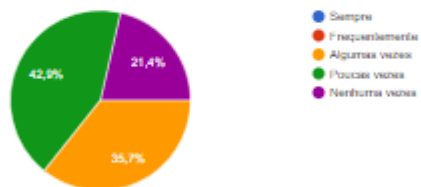


14 respostas



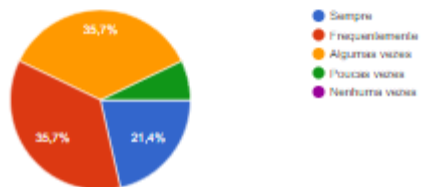
O grupo tinha segurança nas atividades propostas

14 respostas



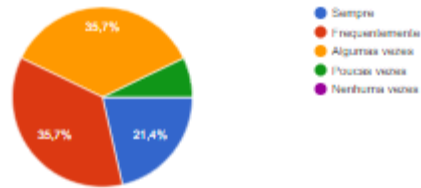
O grupo teve dificuldade em resolver problemas

14 respostas



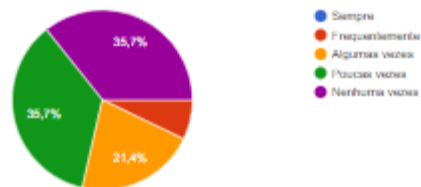
O grupo teve dificuldade em resolver problemas

14 respostas



As tarefas eram discutidas após sua execução

14 respostas



O grupo teve dificuldade em se reunir para execução das tarefas

14 respostas

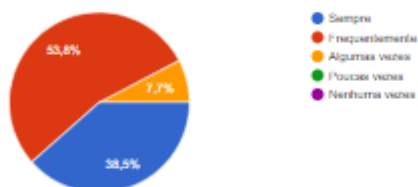


APÊNDICE 4



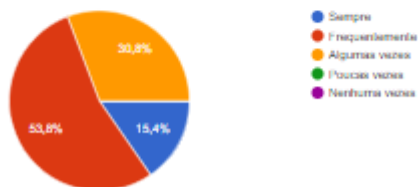
No projeto proposto existia interação com os colegas de trabalho

13 respostas



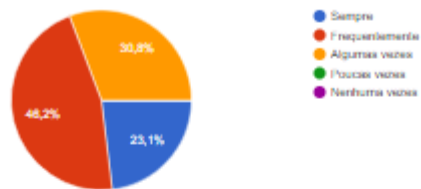
As separações das tarefas foram bem definidas pelo grupo

13 respostas



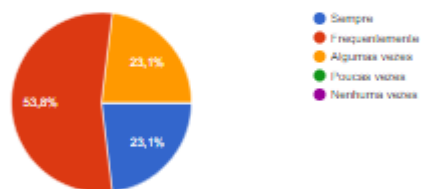
Nas tarefas propostas a comunicação eram bem definidas?

13 respostas



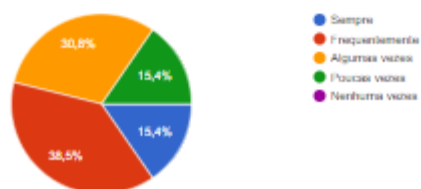
O grupo soube organizar horários específicos para o desenvolvimento do projeto.

13 respostas



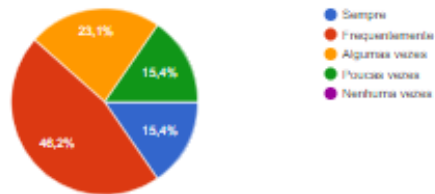
O grupo tinha segurança nas atividades propostas

13 respostas



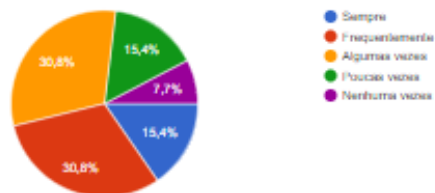
O grupo teve dificuldade em resolver problemas

13 respostas



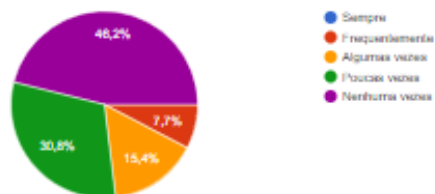
As tarefas eram discutidas após sua execução

13 respostas



O grupo teve dificuldade em se reunir para execução das tarefas

13 respostas



APÊNDICE 5

COWORKING Estudantil- Perfil e Caracterização

Queremos saber um pouco mais sobre o perfil e a caracterização do público que utiliza espaços de COWORKING. Sinta-se seguro, pois suas informações pessoais NÃO serão divulgadas.

PARA DAR CONTINUIDADE A ESTA PESQUISA, POR FAVOR, CLIQUE SIM - ACEITO O TERMO DE CONSENTIMENTO, E LOGO APÓS PREENCHA OS SEUS DADOS.

Endereço de e-mail

Texto de resposta curta

Termo de Ciência e Aceite *

☐ Sim

☐ Não

COWORKING Estudantil- Perfil e Caracterização

*Obrigatório

Nome (não obrigatório)

Texto de resposta curta

Gênero *

☐ Masculino

☐ Feminino

☐ Outro

COWORKING Estudantil- Perfil e Caracterização

*Obrigatório

Já utilizou um espaço de Coworking/Coworking Estudantil? *

- ☐ sim
- ☐ Não
- ☐ outro

Quais as vantagens de utilizar o Coworking Estudantil? (marque quantas alternativas quiser) *

- ☐ Espaço de trabalho
- ☐ Integração
- ☐ Trabalho colaborativo
- ☐ Compartilhamento de conhecimento
- ☐ Outros...



Quais tipos os apoio e suporte recebeu no espaço de Coworking Estudantil? *
(marque quantas alternativas quiser)

- ☐ sala de reunião
- ☐ Computadores
- ☐ Impressoras
- ☐ Espaço de Confraternização
- ☐ Cursos/Capacitações
- ☐ Palestras
- ☐ Espaço de descompressão
- ☐ Recepção
- ☐ Internet
- ☐ Outros...

Qual o conceito pelo qual definiria um Coworking Estudantil?

Texto de resposta curta



O espaço de Coworking Estudantil poderia ou deveria ser utilizado em Instituições de Ensino?

- ☐ sim
- ☐ não
- ☐ Outros...

COWORKING Estudantil- Perfil e Caracterização - Infraestrutura

*Obrigatório

...

O espaço de Coworking Estudantil você define como o Conforto do Ambiental?

- ☐ Incidência solar
- ☐ Ventilação natural
- ☐ Umidade
- ☐ Resfriamento do ar
- ☐ Ruídos do ambiente
- ☐ Forros acústicos
- ☐ Divisórias
- ☐ Outros...

...

O espaço de Coworking Estudantil você define como o Conforto Mobiliário? *
Escolha de 1 a 5. 1 (ruim), 2 (regular), 3 (bom), 4 (ótimo) e 5 (excelente).

	5	4	3	2	1
Mesas	☐	☐	☐	☐	☐
Cadeiras	☐	☐	☐	☐	☐
Pufe	☐	☐	☐	☐	☐
Calendário	☐	☐	☐	☐	☐
Sofá	☐	☐	☐	☐	☐
Televisão	☐	☐	☐	☐	☐
Datashow	☐	☐	☐	☐	☐

O espaço de Coworking Estudantil você define Iluminação? Escolha de 1 a 5. ^{*}
 1 (ruim), 2 (regular), 3 (bom), 4 (ótimo) e 5 (excelente).

	5	4	3	2	1
Dia (Iluminação N...	☐	☐	☐	☐	☐
Noite (Iluminação ...	☐	☐	☐	☐	☐

...

O espaço de Coworking Estudantil a ergonomia trata das posturas adequadas na relação homem-máquina você define o mobiliário como? 1 ^{*}
 (ruim), 2 (regular), 3 (bom), 4 (ótimo) e 5 (excelente).

	5	4	3	2	1
Altura correta da c...	☐	☐	☐	☐	☐
Altura correta da ...	☐	☐	☐	☐	☐
Posição dos braç...	☐	☐	☐	☐	☐
Posição dos braç...	☐	☐	☐	☐	☐

O espaço de Coworking Estudantil você define a limpeza do Espaço? 1 (ruim), 2 (regular), 3 (bom), 4 (ótimo) e 5 (excelente).

*

	Sim	Não
Limpo	☐	☐
Sujo	☐	☐
Bagunçado	☐	☐
Cheira mal	☐	☐

O espaço de Coworking Estudantil o espaço e bem distribuído em relação ao seu mobiliário?

*

- ☐ sim
- ☐ não
- ☐ Outros...

O espaço de Coworking Estudantil você mudaria alguma coisa no espaço?

*

Texto de resposta curta

O espaço de Coworking Estudantil você acrescentaria alguma coisa no espaço?

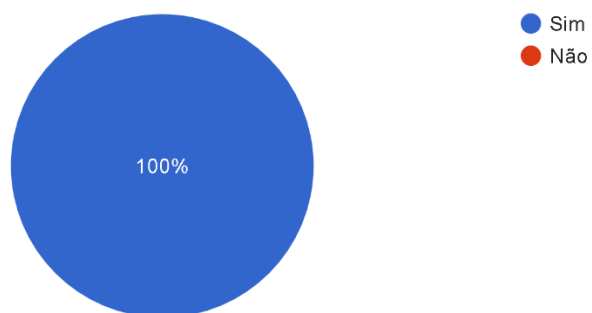
*

Texto de resposta curta

APÊNDICE 6

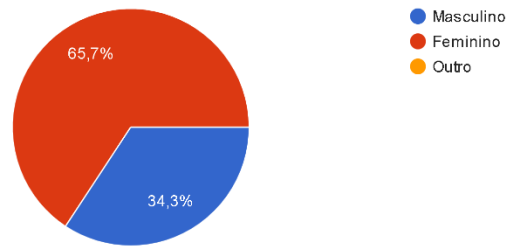
Termo de Ciência e Aceite

35 respostas



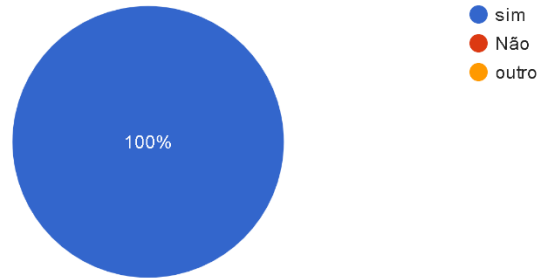
Gênero

35 respostas



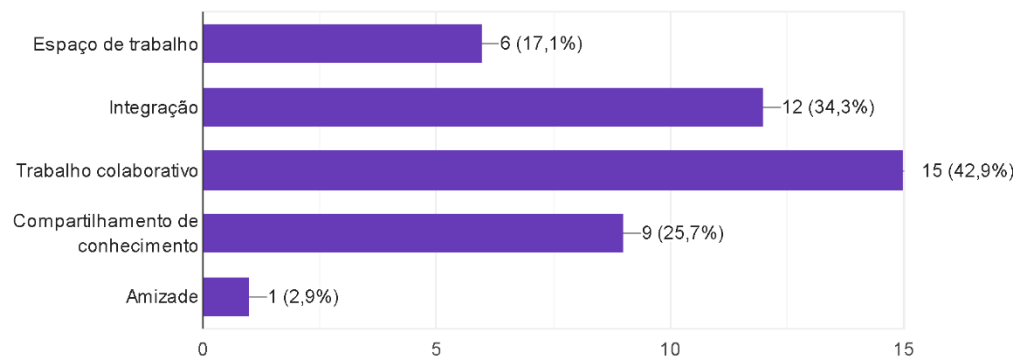
Já utilizou um espaço de Coworking/Coworking Estudantil?

35 respostas



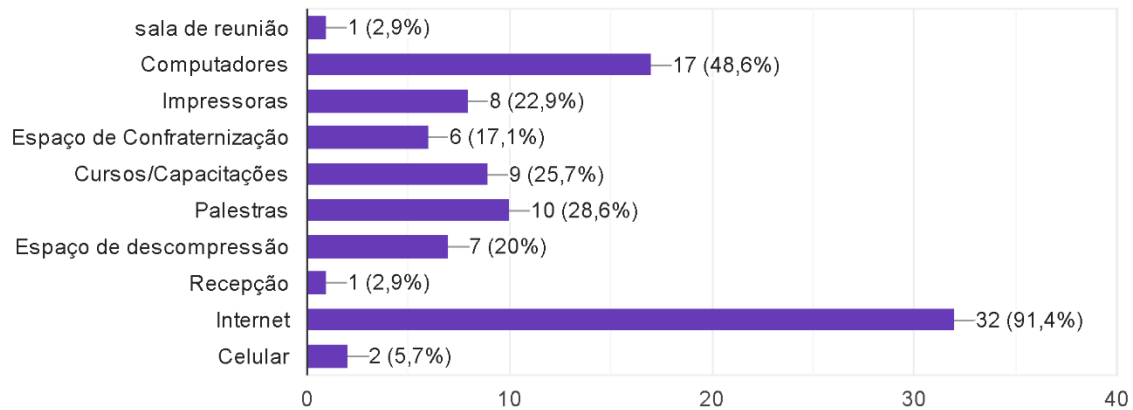
Quais as vantagens de utilizar o Coworking Estudantil? (marque quantas alternativas quiser) *

35 respostas



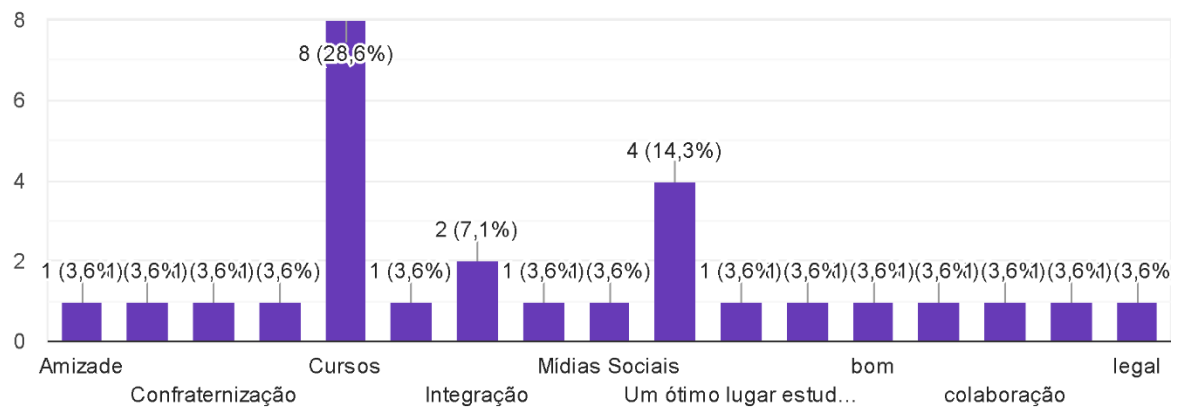
Quais tipos os apoio e suporte recebeu no espaço de Coworking Estudantil? (marque quantas alternativas quiser)

35 respostas



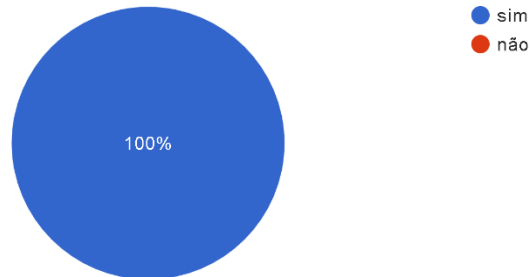
Qual o conceito pelo qual definiria um Coworking Estudantil?

28 respostas



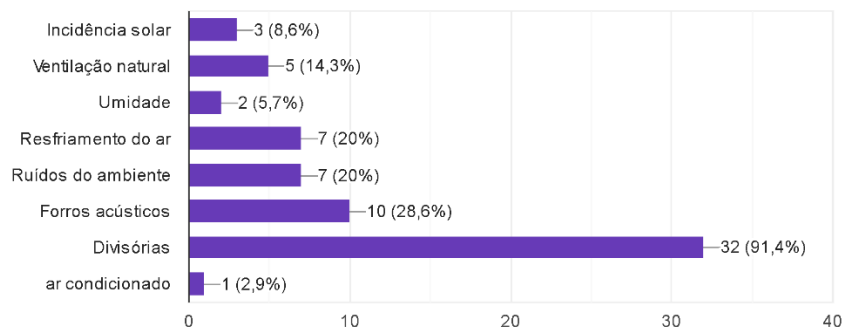
O espaço de Coworking Estudantil poderia ou deveria ser utilizado em Instituições de Ensino?

35 respostas

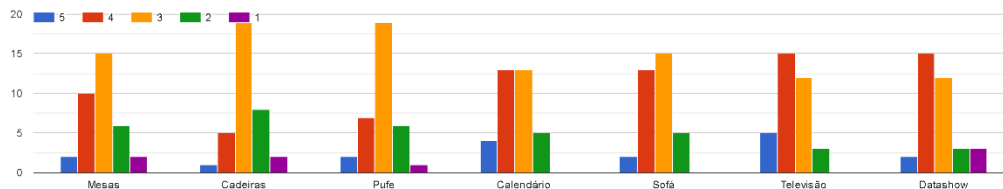


O espaço de Coworking Estudantil você define como o Conforto do Ambiental?

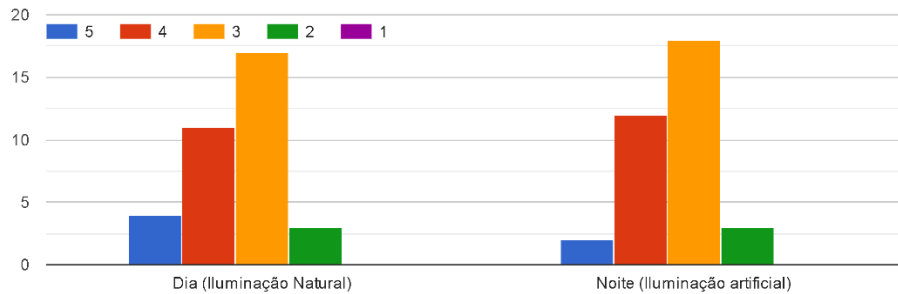
35 respostas



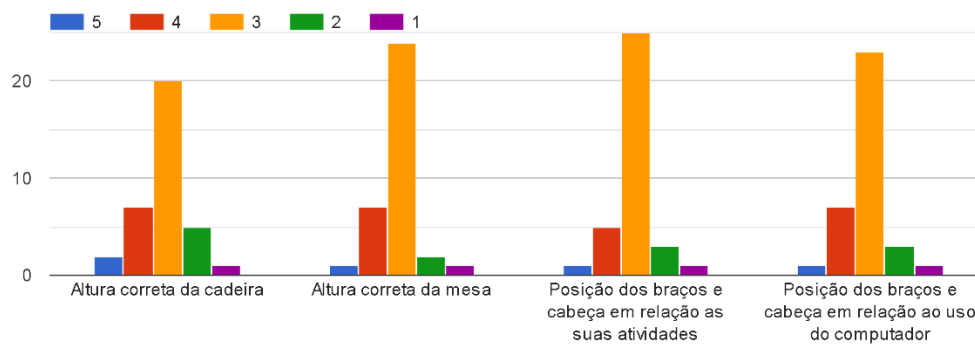
O espaço de Coworking Estudantil você define como o Conforto Mobiliário? Escolha de 1 a 5. 1 (ruim), 2 (regular), 3 (bom), 4 (ótimo) e 5 (excelente).



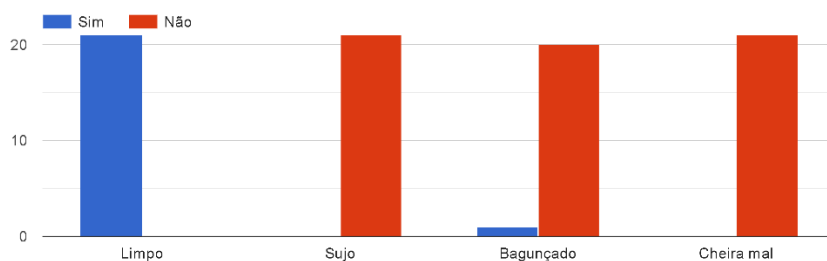
O espaço de Coworking Estudantil você define Iluminação? Escolha de 1 a 5. 1 (ruim), 2 (regular), 3 (bom), 4 (ótimo) e 5 (excelente).



O espaço de Coworking Estudantil a ergonomia trata das posturas adequadas na relação homem-máquina v... 3 (bom), 4 (ótimo) e 5 (excelente).



O espaço de Coworking Estudantil você define a limpeza do Espaço? 1 (ruim), 2 (regular), 3 (bom), 4 (ótimo) e 5 (excelente).



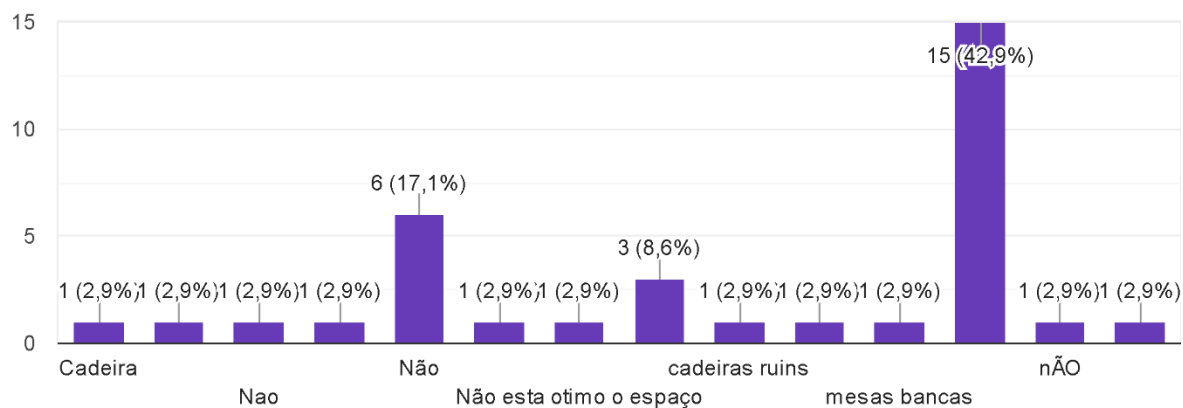
O espaço de Coworking Estudantil o espaço e bem distribuído em relação ao seu mobiliário?

35 respostas



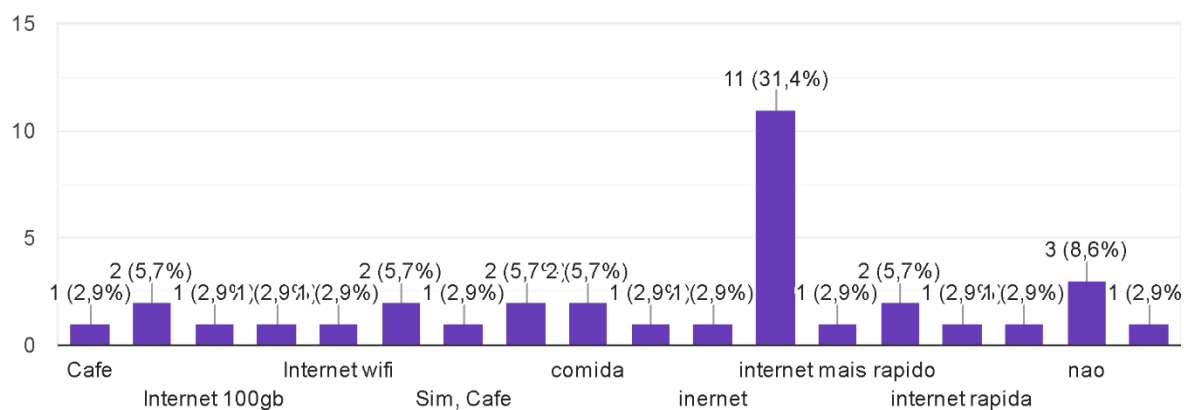
O espaço de Coworking Estudantil você mudaria alguma coisa no espaço?

35 respostas



O espaço de Coworking Estudantil você acrescentaria alguma coisa no espaço?

35 respostas



RESULTADOS DA PESQUISA TRATADOS 2017

Interação com colegas de trabalho?				
		Online		Presencial
Sempre	6	42,9%	4	30,8%
Frequentemente	4	28,6%	5	38,5%
As vezes	1	7,1%	1	7,7%
Poucas vezes	2	14,3%	2	15,4%
Nenhuma vez	1	7,1%	1	7,7%

As tarefas foram claramente definidas pelos colegas?				
		Online		Presencial
Sempre	6	42,9%	4	31%
Frequentemente	4	28,6%	5	38%
As vezes	1	7,1%	1	8%
Poucas vezes	2	14,3%	2	15%
Nenhuma vez	1	7,1%	1	8%

A comunicação foi bem definida no grupo?				
		Online		Presencial
Sempre	2	14%	3	23,1%
Frequentemente	2	14%	5	38,5%
As vezes	4	29%	3	23,1%
Poucas vezes	5	36%	1	7,7%
Nenhuma vez	1	7%	1	7,7%

O grupo conseguiu organizar horários para o projeto?				
		Online		Presencial
Sempre	1	7%	3	23,1%
Frequentemente	3	21%	6	46,2%
As vezes	7	50%	1	7,7%
Poucas vezes	3	21%	2	15,4%
Nenhuma vez	0	0%	1	7,7%

O grupo estava confiante nas atividades propostas?				
		Online		Presencial
Sempre	1	7%	2	15,4%
Frequentemente	1	7%	5	38,5%
As vezes	6	43%	2	15,4%
Poucas vezes	6	43%	3	23,1%
Nenhuma vez	0	0%	1	7,7%

As tarefas foram discutidas após a execução?				
		Online		presencial
Sempre	0	0%	2	15,4%
Frequentemente	1	7%	3	23,1%
As vezes	5	36%	0	0,0%
Poucas vezes	7	50%	2	15,4%
Nenhuma vez	1	7%	6	46,2%

O grupo teve dificuldade em resolver problemas?				
---	--	--	--	--

		Online		presential
Sempre	2	14%	2	15,4%
Frequentemente	2	14%	7	53,8%
As vezes	4	29%	1	7,7%
Poucas vezes	5	36%	2	15,4%
Nenhuma vezes	1	7%	1	7,7%

Notas de Avaliação do Projeto

		Online		presential
Nota: 9,0	0	0%	5	38%
Nota: 8,0	1	7%	7	54%
Nota: 7,0	13	93%	1	8%

RESULTADOS DA PESQUISA TRATADOS 2018

Genero		
FEMININO	15	75%
MASCULIN	5	25%

Escola Publica		
SIM	12	63%
NÃO	7	37%

Faixa etária		
15-19	1	2%
20-24	9	16%
25-29	8	15%
30-34	7	13%
35-39	5	9%
40-44	1	2%
45-50	0	0%

Profissão		
Estudante	2	3%
Técnico em	1	1%
Técnico em	1	1%
Editor de V	1	1%
Jornalista	3	4%
Design	3	4%
Estagiária	1	1%
Gestão de r	1	1%
Marketing	3	4%
Agente de	1	1%
Comunicaç	1	1%
Sociólogo	1	1%
Agente de	1	1%
Empresari	1	1%
Nutrição	1	1%
Direito	1	1%
Analista de	1	1%
Tecnóloga	1	1%

Projeto Prececial X Online		
presencial	7	37%
Online	12	63%

Interação com colegas de trabalho?				
		Online		Presencial
Sempre	2	15,4%	5	41,7%
Frequenter	3	23,1%	5	41,7%
Algumas ve	4	30,8%	2	16,7%
Poucas vez	4	30,8%	0	0,0%
Nenhuma v	0	0,0%	0	0,0%

As tarefas foram claramente definidas pelos colegas?				
		Online		Presencial
Sempre	0	0,0%	5	42%
Frequenter	3	23,1%	2	17%
Algumas ve	2	15,4%	4	33%
Poucas vez	7	53,8%	1	8%
Nenhuma v	1	7,7%	0	0%

A comunicação foi bem definida no grupo?				
		Online		Presencial
Sempre	1	8%	6	50,0%
Frequenter	2	15%	2	16,7%
Algumas ve	4	31%	3	25,0%
Poucas vez	4	31%	0	0,0%
Nenhuma v	2	15%	0	0,0%

O grupo conseguiu organizar horários para o projeto?				
		Online		Presencial
Sempre	0	0%	1	8,3%
Frequenter	2	15%	10	83,3%
Algumas ve	2	15%	0	0,0%
Poucas vez	4	31%	0	0,0%
Nenhuma v	4	31%	0	0,0%

O grupo estava confiante nas atividades propostas?				
		Online		Presencial
Sempre	1	8%	0	0,0%
Frequenter	2	15%	9	75,0%
Algumas ve	4	31%	2	16,7%
Poucas vez	4	31%	0	0,0%
Nenhuma v	1	8%	0	0,0%

As tarefas foram discutidas após a execução?				
		Online		presencial
Sempre	1	8%	0	0,0%
Frequenter	3	23%	2	16,7%
Algumas ve	2	15%	7	58,3%
Poucas vez	3	23%	0	0,0%
Nenhuma v	2	15%	1	8,3%

O grupo teve dificuldade em resolver problemas?				
		Online		presencial
Sempre	1	7,7%	0	0,0%
Frequenter	3	23,1%	2	16,7%
Algumas ve	4	30,8%	7	58,3%
Poucas vez	4	30,8%	1	8,3%
Nenhuma v	0	0,0%	0	0,0%

Notas de Avaliação do Projeto				
		Online		presencial

Nota: 9,0	5	42%	8	67%
Nota: 8,0	4	33%	4	33%
Nota: 7,0	3	25%	0	0%

RESULTADOS COMPARADOS 2017 x 2018

2017				2018					
Interação com colegas de trabalho?				Interação com colegas de trabalho?					
	Online - 2017		Presencial - 2017		Online - 2018		Presencial - 2018		
Sempre	6	42,9%	4	30,8%	Sempre	2	15,4%	5	41,7%
Frequentemente	4	28,6%	5	38,5%	Frequentemente	3	23,1%	5	41,7%
As vezes	1	7,1%	1	7,7%	Algumas vezes	4	30,8%	2	16,7%
Poucas vezes	2	14,3%	2	15,4%	Poucas vezes	4	30,8%	0	0,0%
Nenhuma vezes	1	7,1%	1	7,7%	Nenhuma vezes	0	0,0%	0	0,0%
As tarefas foram claramente definidas pelos colegas?				As tarefas foram claramente definidas pelos colegas?					
	Online		Presencial		Online		Presencial		
Sempre	6	43%	4	31%	Sempre	0	0,0%	5	42%
Frequentemente	4	29%	5	38%	Frequentemente	3	23,1%	2	17%
As vezes	1	7%	1	8%	Algumas vezes	2	15,4%	4	33%
Poucas vezes	2	14%	2	15%	Poucas vezes	7	53,8%	1	8%
Nenhuma vezes	1	7%	1	8%	Nenhuma vezes	1	7,7%	0	0%
A comunicação foi bem distribuída				A comunicação foi bem distribuída					
	Online		Presencial		Online		Presencial		
Sempre	2	14%	3	23,1%	Sempre	1	8%	6	50,0%
Frequentemente	2	14%	5	38,5%	Frequentemente	2	15%	2	16,7%
As vezes	4	29%	3	23,1%	Algumas vezes	4	31%	3	25,0%
Poucas vezes	5	36%	1	7,7%	Poucas vezes	4	31%	0	0,0%
Nenhuma vezes	1	7%	1	7,7%	Nenhuma vezes	2	15%	0	0,0%
A comunicação foi bem definida no grupo?				A comunicação foi bem definida no grupo?					
	Online		Presencial		Online		Presencial		
Sempre	2	14%	3	23,1%	Sempre	2	8%	6	50,0%
Frequentemente	2	14%	5	38,5%	Frequentemente	2	15%	2	16,7%
As vezes	4	29%	3	23,1%	Algumas vezes	4	31%	3	25,0%
Poucas vezes	5	36%	1	7,7%	Poucas vezes	4	31%	0	0,0%
Nenhuma vezes	1	7%	1	7,7%	Nenhuma vezes	2	15%	0	0,0%
O grupo conseguiu organizar horários para o projeto?				O grupo conseguiu organizar horários para o projeto?					
	Online		Presencial		Online		Presencial		
Sempre	1	7%	3	23,1%	Sempre	0	0%	1	8,3%
Frequentemente	3	21%	6	46,2%	Frequentemente	2	15%	10	83,3%

As vezes	7	50%	1	7,7%	Algumas vezes	2	15%	0	0,0%
Poucas vezes	3	21%	2	15,4%	Poucas vezes	4	31%	0	0,0%
Nenhuma vezes	0	0%	1	7,7%	Nenhuma vezes	4	31%	0	0,0%

O grupo estava confiante nas atividades propostas?					O grupo estava confiante nas atividades propostas?				
	Online		Presencial			Online		Presencial	
Sempre	1	7%	2	15,4%	Sempre	1	8%	0	0,0%
Frequentemente	1	7%	5	38,5%	Frequentemente	2	15%	9	75,0%
As vezes	6	43%	2	15,4%	Algumas vezes	4	31%	2	16,7%
Poucas vezes	6	43%	3	23,1%	Poucas vezes	4	31%	0	0,0%
Nenhuma vezes	0	0%	1	7,7%	Nenhuma vezes	1	8%	0	0,0%

As tarefas foram discutidas após a execução?					As tarefas foram discutidas após a execução?				
	Online		presencial			Online		presencial	
Sempre	0	0%	2	15,4%	Sempre	1	8%	0	0,0%
Frequentemente	1	7%	3	23,1%	Frequentemente	3	23%	2	16,7%
As vezes	5	36%	0	0,0%	Algumas vezes	2	15%	7	58,3%
Poucas vezes	7	50%	2	15,4%	Poucas vezes	3	23%	0	0,0%
Nenhuma vezes	1	7%	6	46,2%	Nenhuma vezes	2	15%	1	8,3%

O grupo teve dificuldade em resolver problemas?					O grupo teve dificuldade em resolver problemas?				
	Online		presencial			Online		presencial	
Sempre	2	14%	2	15,4%	Sempre	1	7,7%	0	0,0%
Frequentemente	2	14%	7	53,8%	Frequentemente	3	23,1%	2	16,7%
As vezes	4	29%	1	7,7%	Algumas vezes	4	30,8%	7	58,3%
Poucas vezes	5	36%	2	15,4%	Poucas vezes	4	30,8%	1	8,3%
Nenhuma vezes	1	7%	1	7,7%	Nenhuma vezes	0	0,0%	0	0,0%

Notas de Avaliação do Projeto					Notas de Avaliação do Projeto				
	Online		presencial			Online		presencial	
Nota: 9,0	0	0%	5	38%	Nota: 9,0	5	42%	8	67%
Nota: 8,0	1	7%	7	54%	Nota: 8,0	4	33%	4	33%
Nota: 7,0	13	93%	1	8%	Nota: 7,0	3	25%	0	0%

Genero		2017
Feminino	20	74%
Masculino	7	26%

Genero		2018
Feminino	20	77%
Masculino	7	23%

Escolaridade Publica		2017
SIM	17	63%
Não	10	37%

Idade Total		2017
15-19	0	0%
20-24	9	33%
25-29	8	30%
30-34	3	11%
35-39	3	11%
40-44	1	4%
45-50	3	11%

Idade Feminina		
15-19	0	0%
20-24	6	30%
25-29	6	30%
30-34	3	15%
35-39	2	10%
40-44	1	5%
45-50	2	10%

Idade Masculino		
15-19	0	0%
20-24	3	43%
25-29	2	29%
30-34	0	0%
35-39	1	14%
40-44	0	0%
45-50	1	14%

Profissão		
Nutrição	1	4%
Mídia Social	1	4%
Análise de sistema	1	4%
Moda	1	4%

Escolaridade Publica		2018
SIM	17	72%
Não	10	28%

Idade Total		2018
15-19	1	2%
20-24	9	15%
25-29	8	13%
30-34	7	11%
35-39	5	8%
40-44	1	2%
45-50	0	0%

Idade Feminina		
15-19	6	2%
20-24	6	15%
25-29	3	15%
30-34	2	10%
35-39	1	10%
40-44	2	2%
45-50		0%

Idade Masculino		
15-19	0	0%
20-24	2	13%
25-29	2	13%
30-34	0	0%
35-39	1	7%
40-44	0	0%
45-50	0	0%

Profissão		
Estudante	2	2%
Técnico em Informatica	1	1%
Técnico em Administração	1	1%
Editor de Video	1	1%

15-19
20-24
25-29
30-34
35-39
40-44
45-50

Rádio, TV e internet	1	4%
Design gráfico	2	7%
Analista de Comunicação	1	4%
Jornalista	1	4%
Biologia	1	4%
Estagiário de marketing	1	4%
Jornalista	3	11%
Secretariado e formação de eventos	1	4%
Desenhista	1	4%
Comércio exterior	1	4%
Administração	2	7%
Desenho industrial	1	4%
Analista de BI	1	4%
Jornalismo	1	4%
Propaganda	1	4%
Relações públicas	1	4%
Gestão da Qualidade	1	4%
Logística	1	4%
Gerente comercial	1	4%

Atividade remunerada na Família		2017
1 (SMP)	2	7%
2 (SMP)	2	7%
3 (SMP)	7	26%
4 (SMP)	6	22%
5 (SMP)	6	22%
6 (SMP)	2	7%
7 (SMP)	1	4%
8 (SMP)	0	0%
9 (SMP)	0	0%
10 (SMP)	1	4%

media 4%

Jornalista	4	5%
Design	3	3%
Estagiária	1	1%
Gestão de turismo	1	1%
Marketing	3	3%
Agente de atendimento	1	1%
Comunicação Social	1	1%
Sociólogo	1	1%
Agente de Organização Escolar	1	1%
Empresario	1	1%
Nutrição	1	1%
Direito	1	1%
Analista de Gestão	1	1%
Tecnóloga em Eventos	1	1%

R\$ 954,00

Atividade remunerada na Família		2018	
1 (SMP)	1	R\$ 954,00	5%
2 (SMP)	2	R\$ 1.908,00	9%
3 (SMP)	5	R\$ 4.770,00	23%
4 (SMP)	8	R\$ 7.632,00	36%
5 (SMP)	4	R\$ 3.816,00	18%
6 (SMP)	2	R\$ 1.908,00	9%
7 (SMP)	0	R\$ -	0%
8 (SMP)	0	R\$ -	0%
9 (SMP)	0	R\$ -	0%
10 (SMP)	0	R\$ -	0%

Média R\$ 3.816,00

