



Características da prática do trabalho compartilhado (*Coworking*) no Brasil em um contexto de sociedade individualizada

Shared work (*Coworking*) characteristics in Brazil in an individualized society context

Rafaela Miyuki TANAKA [1](#); Ivan Carlos VICENTIN [2](#); Ana Teresa FADEL [3](#); Julianny Wojcik HALUC [4](#)

Recibido: 12/08/16 • Aprobado: 28/08/2016

Conteúdo

- [1. Introdução](#)
- [2. Referencial Teórico](#)
- [3. Procedimentos Metodológicos](#)
- [4. Análises e Resultado do Estudo](#)
- [5. Conclusão](#)

[Referências](#)

RESUMO:

O presente estudo apresenta o perfil, a atuação e a motivação de usuários de escritórios de *coworking* no Brasil, a fim de averiguar se essa prática se contrapõe ou não às tendências individualistas da sociedade, arrazoadas por autores como Zygmunt Bauman, Richard Sennett, Georg Simmel e Robert Castel. Para tanto, foi realizada pesquisa descritiva com 96 empresas. Concluiu-se que a principal razão de permanecer em um espaço de *coworking* está relacionada às necessidades da sociedade individualizada e que, apesar do conceito ter sofrido alterações ao longo dos anos, o grande apelo dos espaços de trabalho compartilhado continua sendo o econômico.

Palavras-chave: Sociedade individualizada. Trabalho compartilhado. *Coworkers*. *Coworking*.

ABSTRACT:

This study presents the profile, the performance and motivation of coworking users in Brazil, in order to investigate whether such practice is opposed or not to the individualistic tendencies of society, reasoned by authors as Zygmunt Bauman, Richard Sennett, Georg Simmel and Robert Castel. Therefore, a descriptive research was carried out in 96 companies. It has been concluded that the main reason for staying in coworking is related to the needs of the individualized society and that, despite it has been changing over the years, the great appeal of shared working spaces remains to be an economic one.

Keywords: Individualized society. Shared work. Coworkers. Coworking.

1. Introdução

Múltiplos teóricos discorrem acerca do tema Sociedade Individualizada, conjuntura na qual os indivíduos tendem a recusar a solidariedade do outro e a desconfiar de suas intenções. Bauman (2009) afirma que a vida na atualidade é necessariamente acompanhada pela incerteza do futuro, pela insegurança da existência e pela fragilidade da posição social – características bastante presentes na vida dos indivíduos e comumente relacionadas a questões referentes à segurança pessoal e estimuladoras da segregação e da exclusão. Castel (2005), por sua vez, constata que cada vez mais, no mundo, evidencia-se um crescente afastamento de pessoas fisicamente vizinhas, decorrente da incerteza da própria sociedade moderna submetida a medos e inseguranças.

Em contrapartida, Botsman e Rogers (2011) propõem que o atual estágio social configura-se como

momento de recriação de comunidades sólidas, a fim de preencher o *déficit* de relacionamento com a família, amigos, vizinhos e com o próprio planeta. Para eles, as pessoas estão buscando estabelecer conexões umas com as outras e começando a perceber o bem coletivo e o interesse próprio dependerem um do outro. Em consonância com este cenário, Gansky (2012) indica que novos modelos de negócios estão em ascensão: padrões de mercado que estimulam o compartilhamento e a permuta de serviços e mercadorias apresentam-se como oportunidades reais e comunidades fortes a serem exploradas e que possibilitam aos usuários consumirem mais, gastarem menos e retomarem contatos sociais diretos.

Imerso nesse panorama, o *coworking* mostra-se como uma dessas oportunidades, pois alimenta o conceito de comunidade, facilita o acesso direto a novas informações por meio de diálogos entre seus frequentadores e reduz custos. *Coworking* é o termo utilizado para descrever a prática de trabalho compartilhado, que se promove e se qualifica por meio de conceitos como colaboração, cooperação e compartilhamento de espaço e de recursos. Pode ser, simultaneamente, um verbo, quando caracteriza uma atividade, e um substantivo, quando representa um espaço onde indivíduos e equipes autônomas trabalham lado a lado, dividem os custos do escritório e buscam, através da sinergia própria do espaço coletivo, gerar novas ideias e novas experiências profissionais. Neste estudo é apresentado os resultados e análises decorrentes de uma pesquisa quantitativa realizada com *coworkers* brasileiros (usuários de escritórios compartilhados de trabalho), a fim de verificar se a prática do *coworking* se opõe ou não ao conceito de Sociedade Individualizada. Para tanto, foi realizado um levantamento do número, dispersão nacional e características de empresas de *coworking* atuantes no Brasil e respectivos perfis dos usuários. Também foram investigadas as razões pelas quais os profissionais optam por utilizar o *coworking*, os motivos pelos quais os *coworkers* permanecem no ambiente coletivo de trabalho, se houve mudança no comportamento social dos *coworkers* a partir da entrada nesse modelo de trabalho e possíveis dissonâncias entre a proposta de *coworking* e a realidade prática dos escritórios de trabalho compartilhado no Brasil. [5] Quanto a relevância da realização deste estudo, existem tendências de novos empreendimentos e de comportamentos sociais que apontam para uma onda emergente nos últimos anos: o ato de 'juntar e compartilhar' (BOTSMAN e ROGERS, 2011). A prática do *coworking* mostra-se como uma dessas tendências, já que estabelece uma atividade social na qual o intercâmbio de experiências, motivações e inovações no âmbito do trabalho são estimuladas. Partindo de uma pesquisa prévia e exploratória, em repositórios nacionais e internacionais de artigos (periódicos Capes, Scielo Brasil e JSTOR) foi constatado um número reduzido de publicações sobre o assunto *coworking*, a saber: Scielo Brasil, um estudo encontrado, porém com conteúdo completamente diverso ao deste estudo; Na base JSTOR, foram listadas dez publicações sobre o tema *coworking*, todas com abordagem teórica e foco religioso/social, ou seja, da mesma forma que na base Scielo, abordagem diferente do que é tratado neste estudo; Já na base Periódicos Capes, foram localizados pouco mais que dez textos abordando o tema *coworking*, notadamente numa perspectiva de estudos sobre casos de estruturação e organização do trabalho nos espaços de *coworking*. Nenhum destes estudos retrata a realidade brasileira sobre *coworking*. Estes estudos seguem praticamente a mesma abordagem, são realizados sobre algum tema central (predominantemente estudos sobre *design* e *layout* de espaços) e a partir deste são discutidas suas inter-relações com o *coworking*. Em praticamente todos os trabalhos é utilizada a metodologia de estudo de caso e a bibliografia utilizada é muito mais relacionada ao tema central do caso estudado e pouco sobre *coworking*, ou seja, a pesquisa e bibliografia sobre o *coworking* ainda é incipiente. Complementarmente, outros fatores a serem destacados são, o considerável crescimento no número de espaços de *coworking* e a recente proeminência do tema nos meios de comunicação, seja impresso ou digital. De acordo com pesquisa publicada em 2013 [6] pela revista *online* alemã *Deskmag* (referência mundial em pesquisas e publicações sobre *coworking*), 2.490 espaços de *coworking* já estavam estabelecidos pelo mundo em 2013. Isso representa, conforme a pesquisa, um crescimento de 83% no número de espaços de *coworking* em relação ao número apontado em 2012. De acordo com dados do Censo *Coworking* Global DeskWanted [7] (coletados trimestralmente), constatou-se um crescimento de 300% desses espaços em relação a 2010, quando havia apenas 600 escritórios de *coworking* distribuídos pelo mundo. Pesquisas da revista em 2014, evidenciam um crescimento em torno de 70% do número de estabelecimentos de *coworking* em relação 2013. A pesquisa revela que na América do Sul já existiam, em 2014, 141 espaços de *coworking*, sendo que 95 destes estão localizados no Brasil. No total, foram constatados 109 mil usuários de escritórios compartilhados e registrado um aumento de quatro mil novos *coworkers* no período de 2012 a 2014. São dados que reforçam, portanto, um crescimento desses espaços de trabalho, tanto quanto do número de seus adeptos. Se por um lado se observa, conforme apresentado, o evidente crescimento de espaços de *coworking*, por outro, teóricos como Robert Castel, Zygmunt Bauman, Georg Simmel e Richard Sennett defendem conceitos de sociedade pós-moderna contraditórios ao que se pretende em escritórios coletivos de trabalho: a busca pelo isolamento, satisfação dos próprios interesses, desconfiança do outro e desconstrução de comunidades.

2. Referencial Teórico

A fim de reunir fundamentos e argumentos qualificados para embasar o estudo, julgou-se essencial efetuar buscas por autores que tratam de conceitos como colaboração e cooperação, bem como os que discorrem sobre o mundo do trabalho, das relações – sociais e de trabalho – contemporâneas, da individualização e da globalização. Pithon, Brochado e Teixeira (2006) declaram que a colaboração permite crescimento e valorização positiva para os indivíduos participantes, uma vez que além de possibilitar resultados diferenciados se comparados àqueles obtidos mediante empenho individual, a relação colaborativa valoriza o outro, pois induz cuidado e identificação coletiva. Também foram de importante utilidade para o estudo as pesquisas de Chris Zook, autor de livros e artigos sobre estratégia de negócios. A obra *“Unstoppable: finding hidden assets to renew the core and fuel profitable growth”* analisa os principais fatores que permitirão às empresas sobreviver aos desafios de um mundo cada vez mais competitivo e à globalização.

Na maioria das publicações encontradas, o termo *coworking* apareceu relacionado ao conceito de Sistemas Colaborativos: *softwares* utilizados em rede com o objetivo de diminuir as barreiras impostas pelo tempo e espaço físico, oferecendo aos usuários formas de interação simultâneas que facilitam o controle, a coordenação, a colaboração e a comunicação entre as partes envolvidas na realização de um trabalho em equipe. No entanto, um número suficiente de artigos acadêmicos e matérias veiculadas eletronicamente tratam o conceito de *coworking* como prática de trabalho compartilhado em espaços físicos, ponto que interessa ao presente estudo. Dentre as matérias eletrônicas, *“The Face of Entrepreneurship in 2017”* traz informações pertinentes sobre uma pesquisa de 2007, realizada pelo *Institute for the Future* (ITFF) em parceria com o *Boston Consulting Group* (BCG), nomeada *“The Intuit Future of Small Business Series”*. A pesquisa constituiu-se da identificação, análise e previsão das tendências e forças significativas que afetariam a categoria dos pequenos negócios nos dez anos seguintes, baseando-se em dados obtidos por meio de pesquisas realizadas durante 18 meses nos EUA. A referida pesquisa é relevante para este estudo pelo seguinte dado: ainda em 2007, indicou o *coworking* como uma tendência a ser observada atentamente ao longo da década seguinte. Segundo autores da pesquisa, a crescente inclinação aos ambientes de *coworking* demonstrava a relação cada vez mais estreita entre o mundo real e o virtual e refletia a igualmente crescente quantidade de “empresas-de-uma-pessoa-só”.

A fim de possibilitar a melhor compreensão, a seguir são apresentadas as definições, conceitos e demais aspectos relacionados à fundamentação teórica que permeiam o tema *coworking*.

2.1. Sociedade individualizada

Atualmente vivencia-se uma época na qual a sociedade passa por diversas e frequentes mudanças, seja na política, na ciência ou nas relações humanas. A era moderna foi marcada principalmente pela crença na razão e no progresso, mas as últimas décadas do século XX foram cenário para o surgimento de um sentimento de incerteza que, segundo Bauman (1998), é consequência da insegurança do mundo atual, caracterizado pelo capitalismo flexível, pelas comunicações eletrônicas, pela instantaneidade e instabilidade e pelo poder extraterritorial. O que torna compreensível a incerteza da sociedade no futuro, já que as certezas próprias da modernidade dissiparam-se: o fracasso dos grandes planos da visão de mundo moderno resultou em uma crescente individualização. Castel (2005) constata que em muitas regiões do mundo – especificamente em zonas urbanas – evidencia-se um crescente afastamento de pessoas fisicamente vizinhas, contudo social e economicamente distantes. O autor afirma que tal fato é decorrente desta insegurança da sociedade moderna que, quando submetida a medos e inseguranças, tende a recusar a solidariedade do outro e a desconfiar de suas intenções. Para Sennett (2008), a sociedade atual é assinalada pelas instituições mais flexíveis e suas novas formas de controle e poder. Ao afirmar que *“as empresas cooperam e competem ao mesmo tempo, buscando nichos no mercado que cada uma ocupa temporariamente, e não permanentemente”*, o autor considera que tal flexibilização da sociedade e das formas de poder visa extirpar a burocracia e constitui-se da ruptura total do presente com o passado.

Para Simmel (1998) a contemporaneidade segue uma dicotomia constituída do estabelecimento de círculos sociais cada vez mais inclusivos e o destaque da independência e autonomia pessoais. Segundo o autor, o capitalismo é que gera essa situação e possibilita meios de relacionamento universais, por um lado, e reservas que permitem a individualização, por outro. Bauman (2008), em suas análises e discussões que visam à compreensão do mundo moderno e suas nuances sociais, ao tratar também sobre o interesse comum aos “cada vez mais sociais” e aos “cada vez mais individualizados”, declara existir certa descrença no que diz respeito à sociedade justa e às atitudes impulsionadas para o bem comum, já que não há sentido na expressão “interesse comum” a não ser que, em primeiro lugar, cada indivíduo satisfaça seu próprio interesse.

Os processos de mudança de comportamento exigem novas formas de pensamento, ação, comunicação e relacionamento, e podem estar correlacionados à mudança de valores, convicções, expectativas, hábitos, atitudes ou contribuições. Kurt Lewin (1965), ao tecer sua teoria sobre o processo de mudança comportamental, afirmou que este possui três etapas: descongelamento, mudança e recongelamento. A primeira delas remove comportamentos, valores e atitudes por meio da exposição a novos padrões comportamentais que desafiem a rigidez dos anteriores. A segunda etapa resume-se à própria mudança: trata-se de um processo sociocognitivo, afetivo, comportamental e irrealizável na ausência da motivação por parte do sujeito, pois diz respeito a receber novas informações e filtrá-las de acordo com valores recém-adquiridos a fim de interpretar novas realidades. A terceira e última etapa consiste na corroboração da mudança estimulada – o recongelamento acontece ao nível pessoal, relacional e organizacional, o que permite não somente a validação e implementação dos novos valores e hábitos, como o compartilhamento dos mesmos.

Como já citado, o *coworking* possui papel de instrumento de assimilação da atual configuração da sociedade, do mercado de trabalho e das novas formas de se relacionar, em nível pessoal e profissional. Ao ingressar neste emergente modelo de trabalho, o *coworker* é inserido em um ambiente inovador, que visa romper com os padrões mercadológicos com os quais ele está acostumado. Daí a necessidade de verificar se tal mudança limita-se à estrutura física ou se acontece internamente, alterando de fato padrões e construindo novos valores e hábitos em seus usuários.

2.2. Espaços compartilhados e *Coworking*

Para Sykes (2014), o *coworking* é uma tendência crescente em todo os EUA, que está afetando a forma como se organiza o trabalho. Tornou-se uma opção cada vez mais popular dentre os que trabalham de forma independente mas buscam um ambiente seguro de trabalho. Menos de uma década atrás, *coworking* surgiu como um modelo de local de trabalho alternativo, focada em colaboração e comunidade. O *coworking* cresceu rapidamente e hoje oferecem aos membros um lugar para trabalhar sozinho, mas em conjunto, dentro de uma comunidade colaborativa de indivíduos. Para a autora, o *coworking* é uma mudança de paradigma.

Numa perspectiva histórica, Foertsch e Cagnol (2013), citam que o conceito de *coworking* não é um termo novo pois existem relatos bibliográficos que o citam há mais de 50 anos. Porém o conceito de que *coworking* é uma representação de trabalhar de forma independente, mas juntos, é recente. Com menos de dez anos, desde sua concepção, mostra-se ainda em construção. Foi no ano de 1995, em Berlim (Alemanha), que surgiram os primeiros *hackerspaces*, denominação para comunidades que ofereciam um local físico onde as pessoas podem se reunir e trabalhar.

Trabalho compartilhado é a tradução livre para *Coworking*, termo cunhado em 1999 por Bernard Louis DeKoven para descrever o trabalho colaborativo virtual. No mesmo ano, surgiu na cidade de Nova York (EUA), um espaço (criado por uma empresa produtora de *softwares*) disponibilizando um ambiente de trabalho para indivíduos e equipes autônomas. Três anos depois, em 2002, surge na cidade de Viena (Austria) um espaço de trabalho que funcionava como um centro comunitário para os empresários. Em 2005, o empresário Brad Neuberg usou a palavra para retratar o espaço físico que havia criado em São Francisco (EUA): a *Hat Factory*. Considerado o primeiro espaço de *coworking* oficial, em um modelo que oferecia basicamente o compartilhamento de infraestrutura física de trabalho. Tratava-se de uma locação na qual trabalhavam três tecnólogos e que abria suas portas durante o dia para profissionais liberais que estavam à procura de um ambiente para trabalhar e compartilhar experiências. A popularização do termo teve início, dois anos após seu surgimento, em 2007, quando pela primeira vez que o termo "*coworking*" apareceu na base de busca do site Google e no mesmo ano o termo é inserido na versão em inglês da Wikipedia. Em 2009, foi lançado o primeiro livro sobre o tema, intitulado "*I'm Outta Here!*", o livro apresentou uma perspectiva de que os espaços de *coworking* poderiam e estariam deixando obsoletos os escritórios de trabalho da maneira que até então eram conhecidos e configurados. Desde então, os espaços de *coworking* foram aprimorados, mas o conceito essencial de trabalho compartilhado se mantém o mesmo. No princípio, a ideia de compartilhar o espaço de trabalho era basicamente atrelada à diminuição de custos fixos mensais envolvidos na manutenção de uma organização, como energia elétrica, mobília, informatização, telefonia, etc. Oferecendo aluguel de espaços equipados na forma de planos dispostos por meses, semanas, dias ou horas, as empresas de *coworking* nasceram tendo como públicos-alvo profissionais liberais, autônomos, trabalhadores viajantes e remotos, *freelancers*, microempresas e pequenos empresários. De acordo com Spinuzzi (2012), os profissionais autônomos podem optar por trabalhar em escritórios particulares, suítes executivas, ambientes domésticos ou qualquer outro espaço. Mas muitos destes tem preferido trabalhar os espaços de *coworking*, que são ambientes de escritório compartilhados entre pessoas que trabalham ao lado de outros, sem que inicialmente se conheçam. Para

Surman (2013), o *coworking* promove uma cultura empreendedora, pois oferece a oportunidade de colaborar, compartilhar conhecimentos e desenvolver soluções sistêmicas para os problemas que os *coworkers* estão tentando resolver. Tanto quanto possibilita economia de escala para dar aos *coworkers* acesso a facilidades e comodidades, que de outra forma, não seriam capaz de pagar. Nesta mesma linha King e Porter (2013), colocam o *coworking* como um ambiente que reúne trabalhadores independentes, autônomos, proprietários de pequenas empresas, dentre outros que precisam de espaço de trabalho. Essas pessoas se reúnem regularmente para debater ideias, projetos e começar a trabalhar em um ambiente mais social.

A proposta dos *Coworking Spaces* é serem ambientes onde um coletivo de pessoas trabalha lado a lado de maneira independente, divide custos, pratica *networking*, evita o isolamento e compartilha ideias e experiências. Os *coworkers* são atraídos pela proposta de inovação e desenvolvimento cognitivo, social e cultural, promovidos pelo intercâmbio de conhecimentos e do compartilhamento de experiências entre profissionais de áreas distintas.

2.3. Os espaços de *coworking* e a sociedade individualizada

Assim como Castel (2005) constata a crescente sensação de afastamento de pessoas fisicamente vizinhas, Teresa Caldeira (1996) aponta que a estética da segurança fundamenta-se na lógica da distância e vigilância, definindo formas de construção urbanas essencialmente isoladas umas das outras. Segundo pesquisa feita por Steven Flusty (1997), as construções físicas recentes visam segregar, excluir e manter o isolamento entre as pessoas que as frequentam, impedindo a criação de locais de encontro, pontes e facilidade de comunicação entre indivíduos e a conservação de convivências agradáveis – fato considerado por Bauman (2009) como resultado dos medos modernos e da progressão individualista da sociedade, já que a insegurança e desconfiança do outro são fatores observados pelo sociólogo como presentes na dinâmica atual dos grandes centros urbanos. Para Bilandzic e Foth (2013), esta desconfiança é percebida até mesmo dentre os usuários de *coworking*, pois quando estes ingressam no ambiente compartilhado demonstram certa ansiedade para se aproximar de “estranhos” (outros usuários) o que é transformada numa barreira. Em uma empresa que permite a estrutura *home office* a seus empregados, por exemplo: se por um lado se garante autonomia e flexibilidade para a realização do trabalho, por outro, conforme sustentam Jones, Sundsted e Bacigalupo (2009), perde-se a interação humana, a estrutura, o suporte e o equilíbrio. Os autores defendem que o relevante processo de se comunicar com outras pessoas, colaborando e ajudando na resolução de problemas, é essencial ao bem estar humano e que o *coworking* surge como instrumento de assimilação para a onda de inovação percebida no mundo corporativo atual – na qual pressupostos da Era Industrial estão passando por questionamentos e mudanças ao incorporar essas transformações.

Cabe perceber uma evidente oposição entre as tendências de “estruturas fechadas” conforme propõem Caldeira (1996), Flusty (1997) e Bauman (1998) e a estrutura de escritórios coletivos de trabalho, em que os *coworkers* trabalham em um ambiente de colaboração e acumulam, através da cooperação, uma maior coesão econômica e cultural se comparada à obtida por meio de uma forma isolada de trabalho. O considerável aumento de espaços de *coworking* chama atenção pela notória necessidade de interação entre profissionais, muito embora a cultura do individualismo possa evidenciar uma tendência contrária.

3. Procedimentos Metodológicos

Neste estudo, preliminarmente foi realizada a revisão bibliográfica de teóricos que tratam do tema sociedade individualizada, bem como de autores que abordam o *coworking* como espaço físico de trabalho compartilhado, o propósito foi melhor compreender o objeto de estudo e fundamentar o tema proposto. A seguir foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório, a fim de obter a população a ser pesquisada. Por se tratar de uma averiguação empírica relacionada a um fenômeno contemporâneo introduzido no contexto cotidiano, o método de pesquisa escolhido foi a pesquisa quantitativa (Njeru, 2004). A população deste estudo apresentou, conforme definido por Marconi e Lakatos (2001), um conjunto de indivíduos que possuem, no mínimo, uma característica em comum. Sendo esta constituída pelos *coworkers*, profissionais que trabalham nos espaços de *coworking* estabelecidos em território nacional e que possuem um *website* e meios de contato disponibilizados virtualmente. Para chegar à amostra de pesquisados pretendida, foi necessário mapear o número de escritórios de *coworking* no Brasil. Para tanto, foi utilizado o serviço do *Google Search* (*site* de pesquisa mais popular da internet), por meio da busca pelo termo “*coworking*”, com resultado final de 96 empresas. A amostragem é não probabilística, uma vez que nem todos os elementos da população possuíam probabilidade conhecida de pertencer à amostra (NETO, 2002), pois parte da população teve oportunidade de recusar participação na pesquisa.

A próxima etapa foi a formulação do instrumento de coleta de dados, baseado em um protocolo de pesquisa, delineando os objetivos do estudo e transcrevendo-os em forma de questionário, método já utilizado em estudos precedentes (Borges, 1999; Penteado e Pereira, 2007), que, segundo Cervo e Bervian (2002), trata-se da forma mais utilizada para coleta de dados – por conter um conjunto de questões relacionadas ao problema central, o que possibilita medir com maior precisão as variáveis desejadas. Teve então, início outra etapa, essa de caráter exploratório: a pesquisa conclusiva descritiva transversal única, conclusiva pois o processo de pesquisa foi formal e estruturado, examinou relações e houve análise quantitativa dos dados. Descritiva, pois verificou as características de um grupo e sua relação entre variáveis, bem como foi descrito características. E por fim transversal única, pois a pesquisa foi feita em uma amostra de entrevistados de uma população, com as informações sendo obtidas uma única vez. Realizada por meio do método classificado por Malhotra (2001) como “entrevista eletrônica”, também conhecido como *survey*. O questionário elaborado, com 41 questões, foi preliminarmente enviado a um pequeno grupo de indivíduos com perfil semelhante ao da população, o intuito foi testar e validar o instrumento de coleta dos dados. A análise das respostas deste teste, evidenciou a necessidade de readequação de algumas questões do instrumento de coleta de dados a fim de tornar o entendimento do enunciado das questões, por parte do pesquisado, mais confiável, tanto quanto facilitar a análise dos resultados em função dos objetivos definidos para este estudo.

Após a adequação do instrumento de coleta de dados, deu-se início à etapa de caráter conclusivo da pesquisa. Para coletar os dados foram enviadas cartas convites por intermédio de *e-mails* aos *coworkers* que tinham seus respectivos endereços eletrônicos divulgados no *website* de cada escritório de *coworking*. Ao todo foram enviados 376 *e-mails* apresentando a pesquisa e solicitando a participação por meio do preenchimento de um questionário eletrônico, e ainda foi solicitado a ajuda dos *coworkers* para divulgação da pesquisa em suas respectivas redes de contatos.

Concomitantemente foram enviados *e-mails* aos escritórios de *coworking* com uma apresentação da pesquisa e solicitando aos gestores, que o *link* com o questionário eletrônico fosse encaminhado aos seus respectivos *coworkers*. Neste procedimento foram identificados três escritórios cujos *websites* e endereços eletrônicos não estavam mais operando e outros três que tiveram suas atividades de *coworking* encerradas, sendo, portanto, descartados. Foram ainda realizadas ligações telefônicas a fim de confirmar e informar aos gestores dos escritórios de *coworking* sobre o envio dos *e-mails* e esclarecer possíveis dúvidas.

Destaca-se que, a fim de manter certa frequência de respostas e evitar os filtros de *spam* do serviço de *e-mail*, o envio dos *e-mails* aos pesquisados foi realizado em pequenos lotes e com intervalo médio de tempo de três dias. No total, foram obtidas 101 respostas consideradas válidas. Por fim, a etapa final consistiu na tabulação, análise dos dados e conclusão, bem como a apresentação das limitações percebidas no estudo e as sugestões para estudos futuros, as quais são apresentadas a seguir.

4. Análises e Resultado do Estudo

A fim de identificar quantos e quais são os escritórios de *coworking* atuantes no Brasil, foi realizado um levantamento prévio por meio da pesquisa pelo termo “*coworking*” no *website* de busca Google. O levantamento permitiu perceber a concentração de atividades do ramo no Sul e Sudeste brasileiros, correspondendo a 86,4% dos escritórios mapeados neste estudo.

Com o objetivo de conhecer o perfil dos profissionais que utilizam o modelo de *coworking* para então analisar tal prática, foram identificados o sexo, a idade, o tempo e a frequência de utilização do espaço *coworking*, a região à qual pertence o espaço, a atividade profissional desenvolvida e o tempo de atuação no mercado de trabalho. Por meio da análise dos resultados, observou-se que os grupos mais expressivos entre os usuários de *coworking* no Brasil são empreendedores, representando uma fatia de 79,2% do total e *freelancers*, que somam 9,9%. Quanto ao gênero, observou-se que, apesar da maioria feminina (59,4%), não existe grande diferenciação de gêneros entre seus frequentadores, confirmando o caráter tolerante desse modelo de trabalho. Não foi possível identificar um padrão no quesito idade dos respondentes, visto que houve grande variação - de 20 a 60 anos. Ao coletar as respostas com relação ao tempo de utilização de escritórios coletivos de trabalho, verificou-se um intervalo entre um e 36 meses de uso. Do total, 87,9% dos usuários tornaram-se *coworkers* há menos de um ano e 12,1% estão utilizando o modelo há mais de dois anos.

A respeito da frequência mensal de utilização, a maior parte dos usuários (52,5%) respondeu que utiliza o espaço de *coworking* de 1 a 12 dias durante o mês, 10,9% responderam de 15 a 17 dias e 30,7% dos usuários utilizam o espaço de 20 a 25 dias num mesmo mês, enquanto apenas 6% dos *coworkers* afirmaram utilizar o escritório de trabalho compartilhado entre 26 e 31 dias no mês. Prevalecem, pois, aqueles que utilizam o escritório de trabalho compartilhado eventualmente. Desta forma, cabe perceber que não existe um único padrão de frequência de uso, o que significa que o *coworking* abrange profissionais com

necessidades de uso variadas.

Intentando descobrir quais os fatores de maior relevância na busca dos profissionais por um espaço coletivo de trabalho e se esses motivos estão relacionados às necessidades individualistas ou necessidades que o conceito de *coworking* propõe suprir. Buscou-se identificar qual a importância dada a fatores como “custos mensais baixos”, “necessidade de interação com outros profissionais”, “possuir endereço comercial” e “estrutura de trabalho pronta” no momento em que esses profissionais optam por utilizar o espaço de trabalho compartilhado. Verificou-se que os custos baixos que um espaço coletivo de trabalho oferece, exercem forte influência no momento da busca dos profissionais pelo *coworking*, uma vez que 79,2% dos entrevistados atribuíram “muita” e “extrema” importância a este aspecto; 13,9% acreditam que os custos baixos representam influência razoável e apenas 6,9% atribuem pouca influência a este quesito. A importância dada ao fator “Necessidade de interação com outros profissionais” no momento da busca por um espaço de trabalho apresentou variação limitada nas respostas. Houve pouca diversificação nos resultados, variando entre “Razoável influência”, relativo a 34,7% dos entrevistados, “Muita influência” (24,8%) e “Extrema influência” (32,7%). De todos os entrevistados, apenas 7,9% responderam que a necessidade de interação com outros profissionais exerceu pouca influência ao ingressar no *coworking*. Tal fato evidencia uma forte tendência de necessidade de interação humana nas pessoas que optam pelo escritório de trabalho compartilhado, o que vai ao encontro da proposta do *coworking*, e de encontro à alusão de individualização do sujeito. Ainda, 36,6% do total de entrevistados acreditam que possuir endereço comercial é fator de extrema relevância no momento de associar-se ao *coworking*, contra 25,7% que declaram não haver relevância para este item. Também foi possível perceber que possuir estrutura de trabalho pronta (escritório com mobília, internet, recepção) e facilidade de gerenciamento é considerado por 89,1% dos *coworkers* como fator de muita ou extrema influência no momento de optar por um escritório coletivo. De acordo com a análise dos resultados, 78,2% dos *coworkers* entrevistados são empreendedores que optam pelo escritório de trabalho compartilhado devido aos fatores “Estrutura de Trabalho Pronta” e “Custos Fixos Mensais Baixos”. O que sugere, portanto, que a demanda pelo *coworking* está atrelada a vantagens mercadológicas, tais como benefícios financeiros e facilidade de gestão - apesar de trazer benefícios de interatividade e compartilhamento, como proposto pelo conceito.



Figura 1: Razões pelas quais os usuários optam pelo *Coworking*

Visando identificar os principais fatores que motivam os respectivos usuários a permanecer no espaço de *coworking* e se esses fatores correspondem aos que levaram os entrevistados a buscar esse modelo de trabalho, analisou-se conceitos baseados na fundamentação teórica deste trabalho. O intuito foi comprovar as hipóteses levantadas por Botsman e Rogers (2011) e por Gansky (2012) e analisar as respostas de modo a descobrir se os fatores analisados estão associados a uma necessidade individualista ou se, de fato, são coerentes com os conceitos propostos pelo *coworking*. Para tanto, foi necessário inferir como os *coworkers* se posicionam com relação aos impactos sofridos a partir do ingresso no escritório coletivo de trabalho, a fim de compreender a relação entre tais impactos e a permanência dos mesmos no espaço compartilhado. De modo geral, a intenção foi compreender se a importância dada a valores como “interação” e “colaboração” são mais relevantes do que itens que remetem a necessidades pessoais, como “custos” e “facilidade de gestão de escritório” no momento em que o *coworker* decide permanecer no ambiente coletivo de trabalho.

Assim, dentre os impactos positivos que os profissionais sentiram no momento em que ingressaram no *coworking*, é possível destacar a “Rede de Negócios (*networking*)”: 76,2% dos respondentes considera esse um fator bastante alterado desde o ingresso no *coworking*. Constatou-se que as opiniões em relação aos itens “Oportunidades de Negócio”, “Círculo Social” e “Habilidades/Conhecimentos” estão equilibradas: em

média, 55% dos *coworkers* afirmam que sentiram muito ou extremo impacto, enquanto 45% afirmam ter sentido pouco ou razoável impacto nesses quesitos. Com relação à “redução de custos”, a maior parcela dos *coworkers* (64,3%) afirma que o impacto positivo nesta área foi grande ou extremo. Ao serem questionados sobre em que medida os fatores “Custos”, “Interação”, “Escritório pronto” e “Produtividade” influenciam na permanência no espaço de trabalho compartilhado, as respostas apresentaram grande importância atrelada a todos os itens. Coerentemente, 52,2% dos respondentes apontaram que a significativa redução nos custos tem muita ou extrema influência no momento de optar por permanecer utilizando o *coworking*. A necessidade de interação com outros profissionais, por sua vez, é fator muito ou extremamente relevante na tomada de decisão em permanecer *coworker* para 52,2% dos pesquisados. Observou-se, porém, que a produtividade profissional é um dos fatores de maior relevância neste momento de decisão: dos entrevistados, 68,3% afirmaram que a produtividade aumentou a partir do momento em que começaram a utilizar o escritório de trabalho compartilhado e, desses, 86,6% alegaram que este é um motivo de extrema importância para permanecer no utilizando tal modelo de trabalho. Entre os *freelancers* entrevistados, 70% consideram as oportunidades de negócio proporcionadas pelo ambiente como muito ou extremamente importante e 90% também levam em conta a interação pessoal com outros usuários. Entre os empreendedores, os números são 79,8% para oportunidades de negócio e 87% para interação pessoal.

Ao relacionar os fatores percebidos como passíveis de impacto positivo a partir do ingresso no *coworking* e os motivos levados em conta no momento de optar pela permanência no ambiente de trabalho coletivo, obtém-se dados favoráveis à proposta do *coworking*: 72,1% dos profissionais que afirmaram que o modelo superou suas expectativas não planejam deixar de utilizar este método de trabalho. Destes, 80% consideram que obtiveram impacto positivo em sua rede de negócios/*networking*, bem como assinalaram que tiveram muito ou extremo impacto positivo em relação ao círculo social e às oportunidades de negócio dentro do ambiente coletivo de trabalho.

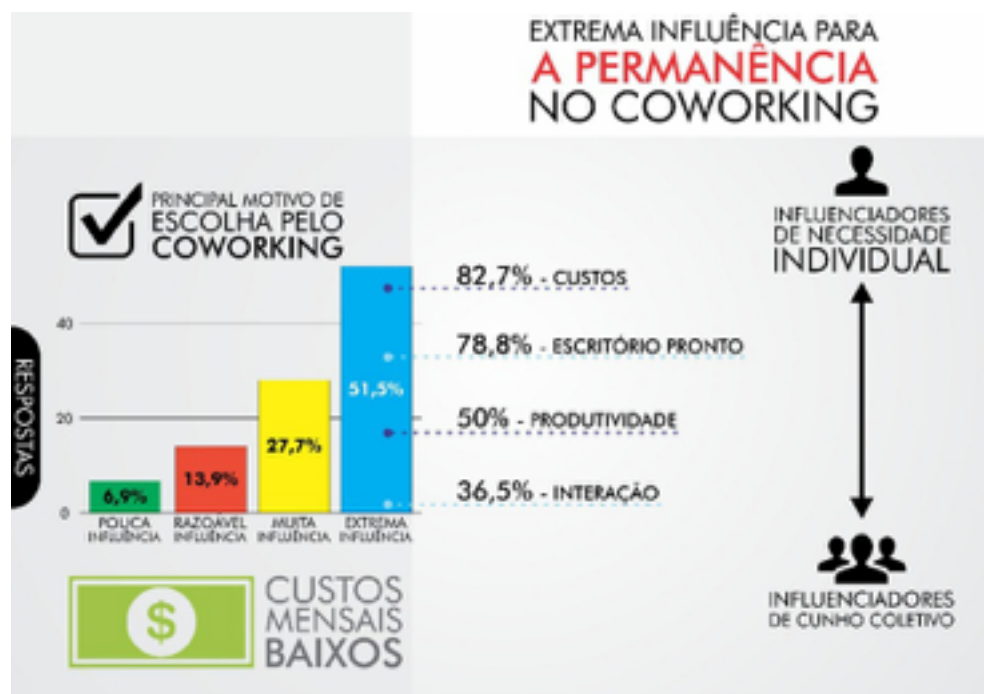


Figura 2: Motivos para os *coworkers* permanecem no ambiente coletivo de trabalho

Já para verificar se há mudança comportamental dos profissionais após ingressarem no *coworking*, os participantes da pesquisa responderam às questões que relacionaram variáveis como “interação”, “compartilhamento”, “oportunidades” e “tempo”. Em relação ao envolvimento com outros profissionais no ambiente de trabalho após o ingresso no *coworking*, a maioria dos entrevistados (88,1%) declarou ter percebido aumento neste quesito. Dentre os *coworkers* que afirmaram não ter se envolvido com outros profissionais, 83,3% utilizam o escritório de *coworking* há menos de um ano. Com base nessa análise, percebe-se a existência de uma mudança comportamental entre os profissionais que passam a fazer uso de um escritório coletivo de trabalho, porém, conclui-se que há a necessidade de adequado tempo de adaptação a esses espaços, para que exista maior envolvimento entre seus membros e, conseqüentemente, a mudança de comportamento.

Quanto à frequência de interação com outros *coworkers* fora do escritório, 58,4% dos respondentes afirmaram que tal interação acontece apenas “às vezes”, 15,8% responderam “frequentemente” e 5%, “sempre”. Os que afirmaram “nunca” totalizam 20,8% dos entrevistados. De forma complementar, 56,3% daqueles *coworkers* que interagem “às vezes” e “nunca” com seus colegas do *coworking* fora do ambiente de trabalho, afirmaram ter facilidade de envolvimento e dizem aproveitar todas as oportunidades que o escritório oferece. Observa-se, portanto, a tendência negativa para interação fora do escritório, concluindo-se que o envolvimento entre os *coworkers* tende a limitar-se à estrutura física do escritório. Ainda, observou-se que os motivos que exerceram muita e extrema influência na escolha dos entrevistados por utilizar o escritório compartilhado não foram os mesmos que exerceram extrema e muita influência na sua

permanência no *coworking*. Dos respondentes, 62,4% alegaram que o item “Estrutura de trabalho pronta” representou extrema influência no momento de optar por utilizar um espaço de trabalho compartilhado. Entretanto, a interação foi o item escolhido pela maioria dos *coworkers* (71,4%) ao elencarem os fatores que os levaram a permanecer no espaço de trabalho compartilhado.

De maneira semelhante, observou-se que 79,2% dos entrevistados que concordam que “possuir endereço comercial” é fator de muita/extrema influência no momento de escolher pelo *coworking* foram os mesmos que indicaram o quesito “Interação” como fator de muita e extrema importância na sua permanência no espaço de trabalho compartilhado. Desses profissionais, 64,8% também alegaram ter percebido impacto positivo no seu círculo social, e 76,6% afirmaram sentir impacto positivo no quesito “rede de negócios/*networking*” após começarem a utilizar o *coworking*. Observa-se, portanto, que houve mudança de convicção dos *coworkers* durante o tempo em que estiveram utilizando o espaço coletivo de trabalho. Percebeu-se que os profissionais ingressaram no escritório compartilhado buscando um determinado atrativo - como redução de custos, por exemplo - e descobriram outros, como o aumento do círculo social e a maior produtividade - fatores determinantes na sua permanência no *coworking*.



Figura 3: Mudança comportamental dos *coworkers*

5. Conclusão

A quantidade de escritórios existente, seu crescimento e o perfil observado sobre a prática de *coworking* no Brasil, instiga a reflexão, subsidiada nos autores e teorias descritas, sobre a prática do *coworking* no Brasil dentro do contexto de uma sociedade com nuances de pensamento individualista. Com base nos resultados analisados e a perspectiva de averiguar se a prática de *coworking* se contrapõe às tendências de sociedade individualizada, conforme defendem Zygmunt Bauman, Richard Sennett, Georg Simmel e Robert Castel. Notou-se que o *coworking* atende profissionais com necessidades de uso diversas. Constatou-se que não há relevante distinção de gêneros e que a maioria dos *coworkers* são empreendedores, o que corrobora Surman (2013). Se por um lado Zygmunt Bauman e Richard Sennett e incluem a necessidade de interação social, compartilhamento e acesso compartilhado de bens como a direção dos novos empreendimentos e necessidades sociais. Por outro, Botsman e Rogers (2011) consideram que os valores baseados no bem coletivo e na comunidade foram abandonados em favor da independência do consumidor e de uma mentalidade essencialmente egocêntrica. Considerando as duas formas de interpretação do mundo contemporâneo e de comportamentos sociais já descritos, o resultado da pesquisa mostra que a interatividade pessoal é bastante visada, muito embora não seja o fator de maior relevância na decisão do profissional no momento de optar pelo *coworking* como modelo de trabalho. É possível perceber que a busca pelo *coworking*, segue o proposto no surgimento do seu conceito (diminuição de custos fixos mensais e por uma estrutura pronta de trabalho). Deste modo, a demanda por um serviço que supra uma necessidade individual e, talvez, temporária é evidente. Trata-se da procura por um espaço que possibilite a esses profissionais a utilização de serviços atrelado a vantagens mercadológicas, tais como benefícios financeiros e facilidade de gestão. Neste aspecto, pode-se dizer que os resultados obtidos estão coerentes com as leituras de Bauman e Sennett sobre a sociedade de consumo. Entretanto, também foi possível perceber que a interatividade pessoal (valores de troca e interação), conforme apontado por Gansky (2012) e Botsman e Rogers (2011), é um fator expressivo na busca por um *coworking*. A busca pelo escritório compartilhado mostrou-se equilibrado entre as teorias dos autores aqui apresentados.

Para Sennett (2008) o mundo moderno, no qual vivemos, está em permanente mudança. A sociedade atual é marcada por instituições flexíveis e, conseqüentemente, mais instáveis. O trabalho realizado pelos

profissionais da contemporaneidade possui curto prazo e os laços entre funcionários e entre esses e seus padrões são cada vez mais frágeis. O comportamento humano, em termos ideais, deve ser adaptável às circunstâncias ao invés de se deixar abater por elas. Assim, buscando determinar também os motivos pelos quais os profissionais decidem permanecer no ambiente coletivo de trabalho, descobriu-se que os baixos custos mensais foram de extrema importância para a maioria – configurando, portanto, o motivo principal pelo qual os *coworkers* optam por seguir utilizando o espaço de trabalho compartilhado. Porém, outros fatores, como aumento da produtividade profissional e da rede de negócios, também contribuem positivamente nessa decisão. Isto uma vez associado ao contexto de sociedade individualizada permite perceber que as pessoas estão aprendendo a associar valores às práticas compartilhadas, visando conciliar os próprios interesses com os interesses alheios e se beneficiar a partir do que Botsman e Rogers (2011) chamam de individualismo colaborativo. Ainda que esteja evidente que a redução de custos é a principal razão pela qual os profissionais optam por ingressar e permanecer no *coworking*, novos juízos de valor são adquiridos que propicia uma mudança comportamental sem caráter individualista.

Segundo Botsman e Rogers (2011), as pessoas são precavidadas quando o assunto é compartilhamento, pois foram educadas em um sistema superindividualista e promotor de uma postura essencialmente egoísta, em detrimento da colaboração uns com os outros. Para Bauman (2009) os vínculos amigáveis relacionados a sentimentos de comunidade foram fragilizados ou até rompidos, a solidariedade foi substituída pela competição, o indivíduo começou a se sentir cada vez mais abandonado e entregue a seus próprios recursos e, em decorrência disso, a forma pela qual buscou administrar essa incerteza e individualização foi substituir os laços naturais (sentimento de comunidade e confiança no outro) por laços artificiais (ligados a instituições, produtos e seus próprios interesses). O medo de relações de compartilhamento mal sucedidas, assim como a desconfiança no outro e a necessidade de conservar a própria individualidade são assinaladas, tanto por Bauman quanto por Botsman e Rogers. O *coworking* em sua proposta de compartilhamento de espaço de trabalho, ideias e experiências entre pessoas que não têm a obrigação de trabalhar ao lado de outras desconhecidas, mas que, por algum motivo, acabam o fazendo, tem funcionado como mitigador das características de medo, insegurança e privacidade instigada pela sociedade individualizada.

A análise permitiu constatar que o *coworking* tem sido percebido de forma positiva por seus usuários, uma vez que a tendência dos profissionais a permanecerem no espaço de trabalho compartilhado é verificada principalmente em função de terem tido suas expectativas superadas e estarem satisfeitos com o modelo de trabalho. Confirmando Gansky (2012) que enfatiza que nos últimos anos foi possível perceber uma nova direção com relação ao comportamento social. Em que estamos aprendendo a agregar valores a produtos e serviços compartilhados de forma a equilibrar nossos próprios interesses com os da comunidade. É possível perceber que os *coworkers* beneficiam-se de um individualismo colaborativo, já que utilizam um espaço de trabalho compartilhado sem perder sua autonomia e identidade individual.

Referências

Bauman, Z. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

_____. A Sociedade Individualizada: vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

_____. Confiança e medo na cidade. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2009.

Bilandzic, M.; Foth, M. Libraries as coworking spaces: Understanding user motivations and perceived barriers to social learning, Library Hi Tech, 2013. vol. 31 Iss: 2, pp. 254 – 273. Botsman, R.; Rogers, R. O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

Borges, L. O. (1999). A estrutura fatorial dos atributos valorativos e descritivos do trabalho: um estudo empírico de aperfeiçoamento e validação de um questionário. /Estudos de Psicologia/ ,4(1), 107-139

Caldeira, T. Fortified Enclaves: The New Urban Segregation. Public Culture, vol. 8, n.2, 1996 (Enclaves fortificados: a nova segregação urbana, Novos Estudos Cebrap, Cebrap, n.47, mar 1997).

Castel, R. A insegurança social: o que é ser protegido? Rio de Janeiro: Vozes, 2005.

Cervo, A. L.; Bervian, P. A. Metodologia científica. 5ª Ed. São Paulo: Pearson, 2002.

Eagleton, T. As Ilusões do Pós-modernismo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

Flusty, S. Building Paranoia: the proliferation space and the erosion of spatial justice. In: Ellin, N. e Blakely, E.J. (orgs.) Architecture of Fear. New York: Princeton Architecture Press, 1997.

Foertsch, C.; Cagnol, R. The History Of Coworking In A Timeline. Deskmag, out. 2013. Disponível em: <http://www.deskmag.com/en/the-history-of-coworking-spaces-in-a-timeline>. Acesso em: 22/08/2015.

Gansky, L. The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing. USA: Portfolio/Penguin Group, 2012.

Institute for the Future. The Intuit Future of Small Business Series. Disponível em: <<http://intuit.com/futureofsmallbusiness>>. Acesso em: 08/05/2015.

Jones, D.; Sundsted, T.; Bacigalupo, T. I'm Outta Here!: How coworking is making the office obsolete. Austin: Not an MBA Press, 2009.

King, D. L.; Porter, P. Creating original content: tools for engaging with your customers. *American Libraries*. May 2013: 49. *Academic OneFile*. Web. 17 Dec. 2014.

Klein, K. E. The Face of Entrepreneurship in 2017. [Small Business]. Bloomberg BusinessWeek, jan. 2007. Disponível em: <www.businessweek.com/smallbiz/content/jan2007/sb20070131_094012.htm>. Acesso em: 08/05/2015.

Lewin, K. Teoria de campo em Ciência Social. São Paulo: Pioneira, 1965.

Malhotra, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Marconi, M. A.; Lakatos, E. M. Metodologia do trabalho científico. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

Neto, Pedro L. C. Estatística. 2ª Ed. São Paulo: Blucher Ltda, 2002.

Njeru, E. H. N. Bridging the qualitative-quantitative methods of poverty analysis. Nairobi: Institute of Policy Analysis and Research - IPAR, 2004.

Pain, CNSW. NextSpace Opens San Francisco *Coworking* Space, Tells Freelancers that 'Working in Coffee Shops was so 90's'. *Pain & Central Nervous System Week* 14. Junho 2010: p. 1290..Python, A. J. C.; Brochado, M. R.; Teixeira, B. M. Análise da percepção no trabalho colaborativo. In: Congresso Brasileiro de Ensino de Engenharia - COBENGE, 2006, Passo Fundo. v. 1.

Penteado, R. Z.; Pereira, I. M. T. B. (2007). Qualidade de vida e saúde vocal de professores./Revista de Saúde Pública/, /41/(2), 236-243.

Sennett, R. A Corrosão do Caráter – consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Ed. Record: RJ, 2008.

Simmel, G. O dinheiro na cultura moderna. In: Souza, J. e Öelze, B. (orgs.) Simmel e a Modernidade. Brasília: Unb, 1998.

Spinuzzi, C. Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*. 2012 vol. 26, pg. 399-441.

Stephen S.; Moen, P. Coworking as a Career Strategy: Implications for the Work and Family Lives of University Employees. *Innovative Higher Education*, Vol. 28, No. 4, Summer 2004.

Surman, T. Building Social Entrepreneurship through the Power of Coworking. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, Volume 8, Issue. 3/4, 2013, pp. 189-195 (Article). Baltimore (EUA).

Sykes, K. Coworking: a workplace paradigm shift. *Contract* July/Aug. 2014: 140+. *Academic OneFile*. Web. 17 Dec. 2014. Disponível em: <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA383573479&v=2.1&u=capes&it=r&p=AONE&sw=w&asid=ebedf2cf9c9f089a30506da4ee520194>. Acesso em 27/08/2015.

University of Texas in Austin; Emergent Research; IKOSOM. Global Coworking Survey 2011/2012. Disponível em: <www.deskmag.com/en/first-results-of-global-coworking-survey-171>. Acesso em: 08 de maio de 2015.

Zook, C. Unstoppable: finding hidden assets to renew the core and fuel profitable growth. Boston: Harvard Business School Press, 2007.

1. Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Brasil – tnk.rafa@gmail.com

2. Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Brasil – vicentin@utfpr.edu.br

3. Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Brasil – anatfadel@gmail.com

4. Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Brasil – juliannywaluc@gmail.com

5. Disponíveis em www.periodicos.capes.gov.br, www.scielo.com e www.jstor.org, respectivamente.

6. Disponível em www.deskmag.com

7. O Censo Coworking Global foi conduzido pela DeskWanted em 2013. Disponível em - <http://www.deskmag.com/en/the-coworking-market-report-forecast-2014>

