

Novas configurações de home office para a Indústria Criativa

New home office settings for the Creative Industry

Fabricio Farias Tarouco*, Amanda Corbellini Heineck**

*Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil, ftarouco@unisinos.br

**Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil, amanda_heineck@yahoo.com

usjt
arq.urb

número 39 | abr - dez de 2024

Recebido: 22/05/2024

Aceito: 29/12/2024

DOI: [10.37916/arq.urb.vi39.647](https://doi.org/10.37916/arq.urb.vi39.647)



Palavras-chave:

Home office.
Indústria Criativa.
Reconfiguração.
Lar-ateliê.

Keywords:

Home office.
Creative Industry.
Reconfiguration.
Atelier at home.

Resumo

Home offices são espaços de trabalho estruturados nos lares de vários profissionais que, segundo uma concepção preestabelecida no imaginário popular, configura-se basicamente por uma mesa, uma cadeira e um computador, onde o profissional pode desenvolver suas atividades laborais. Com outro olhar, este estudo vem promover a desconstrução desse pensamento, buscando um novo conceito de *home office* para os profissionais da indústria criativa. Utiliza-se, como método de pesquisa, os procedimentos de Massimo Canevacci descritos no estudo A Cidade Polifônica, na qual se desenvolve três etapas: a primeira concentra-se no mapeamento de profissionais que trabalham em *home office*; a segunda consiste na observação de contextos selecionados, com análise e interpretação dos dados; e, por fim, a terceira etapa caracteriza-se pela proposição de diretrizes projetuais. Para complementar, realizou-se uma fase de experimentação projetual em que se busca aplicar os conhecimentos gerados na concepção de um novo conceito de *home office*, que vem a ser o de lar-ateliê. A partir dessa construção, desenvolve-se uma representação visual de modelos de ambientes para dez segmentos profissionais. As constatações alcançadas possibilitaram a verificação de diversas variáveis e configurações possíveis de espaços residenciais-laborais.

Abstract

Home offices are workspaces structured in the homes of several professionals that, according to a pre-established concept in the popular imagination, are basically configured by a table, a chair and a computer, where the professional develops his work activities. With another look, this study promotes the deconstruction of this thought, seeking a new concept of home office for professionals in the creative industry. Massimo Canevacci's proposal, presented in the study A Cidade Polifônica, is used as a research method, in which three stages are developed: the first focuses on mapping professionals who work from home; the second consists of observing the chosen contexts, with data analysis and interpretation; and, finally, the third stage is characterized by the proposition of design guidelines. To complement this, a project experimentation phase was carried out in which the aim was to apply the knowledge generated in the conception of a new concept for the home office, which comes to be the home-atelier. From this construction, a visual representation of models of environments for ten segments of professionals is developed. The findings made it possible to verify several variables and possible configurations of residential-work spaces.

Introdução

O ambiente corporativo tem sido constantemente desafiado, pelo mercado, a qualificar-se e a adequar-se às demandas e situações contemporâneas. Com o passar dos anos, o ambiente de trabalho foi sendo modificado e atualizado a partir das

transformações ocorridas na sociedade. Essas contínuas modificações tiveram início com a Revolução Industrial, no final do século XIX, período este marcado pela ascensão do modelo de trabalho Taylorista e que trouxe segregação espacial, racionalização das práticas e um constante foco em regras e eficiência produtiva (FONSECA, 2004).

Com o passar do tempo, esse modelo foi sendo aprimorado e o ambiente corporativo continuou se transformando. Nos dias de hoje, existe uma preocupação maior com o indivíduo e seu ambiente de trabalho, no qual ele passa, muitas vezes, a maior parte do seu dia. Essa permanência prolongada pode gerar uma série de problemas em relação à saúde física e mental dos envolvidos. Tal raciocínio estende-se da empresa ao profissional liberal, que passa longas horas em seu escritório ou em algum espaço similar de ambiente de trabalho (BÓSCHI *et al.*, 2019).

Ao desenvolver um projeto que qualifique e avalie a parte física de um local de trabalho e a interação do indivíduo com esse ambiente, pode-se obter um espaço que favoreça o bem-estar e a qualidade de vida dos seus usuários. Além disso, quando são desenvolvidas soluções adequadas e criativas para o espaço em que o trabalhador realiza suas atividades, é possível alcançar um nível de produtividade significativamente maior (BRITTO, 2017). Por isso, destaca-se a importância de um espaço construído para o usuário, promovendo condições de trabalho adequadas (CHIAVENATO, 2005).

Paralelo a esse entendimento, observa-se o crescimento de novos segmentos de mercado. Um exemplo que vem emergindo e ganhando espaço no mundo devido à expansão dos negócios relacionados ao setor é a indústria criativa, que gera produtos e serviços relacionados a quatorze áreas que alimentam a economia criativa. Como o próprio nome indica, a base desse segmento está fortemente centrada na criatividade, na competência de fazer algo novo, na inovação e na exploração de propriedade intelectual (FILHO *et al.*, 2019). São diferentes profissionais e áreas que atuam dentro da economia criativa, tais como: arquitetura, design, artesanato, mídias digitais, tecnologias, games, moda, arte e cultura, entre outras que serão aprofundadas ao longo desta pesquisa.

Essa criatividade, que é predominante nesse segmento, pode ser associada, em relação à arquitetura e design, também aos ambientes corporativos, que antes tinham a formalidade como principal característica, mas que aos poucos foram sendo transformados, por profissionais da própria indústria criativa, em ambientes com personalidade, descontraídos e que proporcionam sensações positivas aos usuários.

Trata-se de ambientes que, além de atenderem questões estéticas, consideram a funcionalidade e a ergonomia, sem perder o foco na qualidade de vida no trabalho.

Um exemplo significativo e atual são os ambientes de coworking, que trazem, para o contexto corporativo, espaços de trabalho mais apropriados para a produtividade individual, o que se caracteriza como inovação e evolução na forma de pensar o local de trabalho, conceitos estes que são imperativos dentro da economia criativa. Isto é, o ambiente físico desses locais deve estar conectado à criatividade, uma vez que se busca repensar padrões estabelecidos pelo mercado de trabalho. Segundo Fernandes (2019), a ideia central é que estes locais estimulem continuamente os seus usuários.

A prática de home office surge, em muitos casos, associada ao trabalho individual, ou em pequenos grupos, como prestadores de serviço terceirizados, profissionais liberais ou freelancers. Os profissionais com essas características podem trabalhar - e trabalham

- em formato home office, já que esse modelo permite uma maior flexibilização e autonomia pessoal. No entanto, também surgem preocupações em relação à saúde desses trabalhadores, sendo fundamental que haja uma atenção com a qualidade do ambiente de trabalho residencial, tema central deste estudo.

É também importante reconsiderar o conceito de trabalho em home office, superando a ideia, estereotipada, de que é necessário dispor apenas de uma mesa, uma cadeira e um computador em casa para a realização de todas atividades laborais. Assim, compreender e projetar uma atmosfera saudável de ambiente corporativo no conforto de um lar, a partir de uma visão criativa, é o desafio principal desta reflexão, tendo em vista benefícios como a autonomia individual, a flexibilidade de horários, a economia com aluguéis e, em muitos casos, a possibilidade de dedicação ao trabalho em um tempo maior, sem deslocamentos desnecessários. Dessa forma, algumas questões-chave serviram como ponto de partida: Quais segmentos podem exercer com qualidade suas atividades no conforto do lar? Que aspectos precisam ser incorporados ao ambiente residencial para novos usos? Como devem ser pensadas as residências cujos propósitos são para uso corporativo? Para responder a essas questões, considerou-se a qualificação do ambiente interno, para que essa flexibilização de ora ser residência e ora ambiente de trabalho pudesse acontecer de forma integrada e fosse benéfica aos usuários.

Com base nesse raciocínio, realizou-se um aprofundamento das temáticas que envolvem o conceito de home office e das diversas profissões que podem trabalhar

neste contexto. Foi feito também um mapeamento de profissionais da indústria criativa em home office e suas necessidades espaciais e dinâmicas realizadas em ambiente de trabalho residencial. Na sequência, apresenta-se uma análise de variáveis e diretrizes detectadas. Por fim, foi desenvolvida uma atividade de experimentação projetual, que é concluída com a narrativa dos resultados alcançados e dos desdobramentos possíveis.

Home offices

Até a chegada da Revolução Industrial, o trabalho artesanal e individual era realizado pela maioria dos trabalhadores. Com a criação da máquina a vapor, inúmeros maquinários surgiram, provocando a mecanização do trabalho. Com essa nova realidade, grande parte dos trabalhadores rurais passou a trabalhar nas fábricas, centralizando a realização das tarefas em um único lugar. A segunda fase da Revolução Industrial trouxe o Fordismo, um sistema de trabalho que funcionava como uma cadeia de montagem dos produtos, reduzindo o tempo de trabalho e a matéria-prima utilizada e aproveitando ao máximo a capacidade operacional dos trabalhadores. A implementação da linha de montagem consistia na realização de uma única atividade por pessoa, o que gerava maior conhecimento e especialização no trabalho realizado, mas, ao mesmo tempo, o desconhecimento do processo de produção total dos produtos.

As mudanças Pós-Revolução Industrial seguiram acontecendo, como quando os irmãos Schenelle, no período da Segunda Guerra, criaram o conceito de escritório panorâmico, ou quando, surgiram os escritórios com planta livre e modelos de baias, na década de 1970. Já por volta da década de 1990, com a crescente popularização dos computadores e uma maior possibilidade de flexibilização do trabalho, ganha popularidade o modelo denominado de teletrabalho ou home office (SILVA, 1997).

Com a evolução das tecnologias, ocasionada pela inovação e por tendências globais, altera-se o jeito de viver, conviver, aprender e trabalhar. Os processos e a comunicação ocorrem cada vez mais de forma virtual, mudando a maneira de realizar negócios. A internet torna-se essencial e viabiliza diferentes formas de comunicação e busca por informação. Diante disso, as empresas começam a alterar o modo como se relacionam, como realizam tarefas e como se apresentam ao mercado, se preocupando de forma crescente com o bem-estar do colaborador, variável esta que interfere diretamente na produtividade e no lucro (GATTI *et al.*, 2018).

O conceito inicial de home office referia-se ao teletrabalho e foi concebido nas décadas de 1970 e 1980 por Jack Nilles e Alvin Toffler. Niles trabalhava na NASA e Toffler era escritor norte-americano. Ambos defendiam que o trabalho fosse deslocado para a residência do colaborador, ou o mais próximo possível dela, e que essa alteração fosse realizada com o suporte de modernas tecnologias. A ideia era permitir movimentar o trabalho até os trabalhadores, ao contrário do sistema em vigor na qual os trabalhadores se moviam até o trabalho (SOUZA, 2005).

Não há dúvidas de que uma das forças motrizes para a modalidade de home office se popularizar foi a disseminação e a disponibilidade das tecnologias. As ferramentas digitais presentes no cotidiano atual é que viabilizam e agilizam a gestão do trabalho a distância. Entre elas, cita-se telefones, computadores, redes conectadas com a empresa, software de organização de tarefas, gerenciadores de projeto, videoconferências, entre outras tecnologias que permitem a interação entre pessoas que se encontram em diferentes e distantes lugares (BRYNJOLFSSON; MCAFEE, 2014).

A nomenclatura home office, traduzida, significa “escritório em casa” e é utilizada quando o trabalhador exerce sua jornada de trabalho, de forma integral ou não, em seu domicílio particular, ou seja, fora dos ambientes da empresa. Para isso, ele utiliza dispositivos e ferramentas que o conectam com a organização a que está vinculado.

O trabalho na modalidade home office, na maioria dos casos, apresenta algumas vantagens e características específicas, pela flexibilidade nos horários, pela comunicação a distância e pelo uso de tecnologias. Também permite que o trabalhador não tenha problemas de deslocamento, visto que ele desenvolve suas atividades no conforto do lar (GATTI *et al.*, 2018). Aos poucos, este modelo deixou de ser entendido como sinônimo de isolamento ou como uma condição precária de trabalho. O mundo virtual está tão presente em nosso cotidiano que ele passa a ser real, possibilitando um contato direto e constante entre o indivíduo e a empresa. Assim, o lugar que o indivíduo escolhe para trabalhar deixa de ser fundamental, pois o foco fica centrado nos objetivos e resultados, diferentemente de tempos atrás, quando havia uma exigência pela presença física e pelo cumprimento de horários preestabelecidos (FINCATO; ANDRADE, 2018).

Segundo Castells (1999), há três categorias de teletrabalhadores: os substituidores,

que substituem o trabalho que seria realizado no ambiente tradicional pelo trabalho realizado em casa; os autônomos, que trabalham online em suas casas; e os complementadores, que levam para suas casas o trabalho complementar do escritório convencional. Além disso, há três possíveis configurações para o trabalho em home office: o trabalhador é funcionário de uma organização; o trabalhador executa seus trabalhos de forma independente; e o trabalhador é empresário e tem, em sua residência, a sede da empresa (BRIK, 2013). Sendo assim, é importante considerar algumas preocupações relacionadas ao trabalho remoto. Primeiramente, a saúde do trabalhador pode ser afetada pela ausência de normas oriundas do controle do ambiente de trabalho. Também a dificuldade do trabalhador em separar momentos de lazer e trabalho devido à permanência no mesmo ambiente, ou seja, a residência. Como estes indivíduos não saem mais para trabalhar, eles permanecem no mesmo local em momentos de lazer e em momentos do seu ofício (FINCATO; ANDRADE, 2018).

Consolidou-se um discurso em defesa do trabalho em home office pela possibilidade de o indivíduo ganhar maior liberdade e autonomia. Porém, algumas pesquisas mostram que, além de ganhos de liberdade, o trabalho nessa modalidade também é intensificado, pois se trabalha mais em casa do que no escritório da empresa.

Em contrapartida, observam-se ganhos de produtividade, comparando-se com as atividades desempenhadas apenas no escritório tradicional (OLIVEIRA, 2017).

Essa modalidade de trabalho também deve atender a questões de ergonomia para tornar-se mais segura, confortável e produtiva. Como a ergonomia busca entender as relações entre a pessoa e outros elementos e sistemas, um projeto nesse sentido contribui para que o indivíduo realize suas atividades sem ser influenciado negativamente pelo espaço ocupado. Devem ser consideradas suas necessidades, habilidades e limitações para que o projeto, os sistemas empregados e o seu posto de trabalho sejam compatíveis com o seu perfil (ABERGO, 2016). Dessa forma, o ambiente em que o trabalhador realiza suas atividades deve atender as suas demandas de conforto para que haja uma vivência agradável. As dimensões corporais devem ser consideradas na hora de avaliar a altura e o tamanho das superfícies de trabalho, tanto para cadeiras, balcões, prateleiras e circulações (PANERO; MARTIN, 2013).

Devido à pandemia causada pelo coronavírus, em 2020, foi possível observar grandes mudanças nos hábitos da população, principalmente, pela prática do trabalho remoto, ou seja, o trabalho home office. Essas adaptações influenciam diretamente para a interpretação de eventos ou tendências históricas. Segundo pesquisa recente com 122 executivos de multinacionais que atuam no país, 73,8% das empresas têm intenção de instituir essa modalidade como prática definitiva no Brasil, sendo que, antes da pandemia, esse formato não passava de uma possibilidade para poucos. Com o home office “forçado”, 25,4% dos entrevistados afirmaram que acham a experiência totalmente positiva, enquanto 59% analisaram que há mais pontos positivos do que negativos. Essa alteração da percepção de empresas gera uma série de consequências, entre as quais está que as empresas podem diminuir seus espaços físicos e que as pessoas, que passaram a trabalhar em home office, podem tentar buscar mais conforto para o seu lar, que agora funciona também como ambiente de trabalho (FLACH, 2020).

Isso posto, os ambientes de home office podem ser introduzidos em diferentes cômodos da casa. Muitas vezes, os ambientes de trabalho são integrados aos dormitórios, mas também podem utilizar cômodos especialmente dedicados a eles ou integrados a outros. Como o ambiente residencial acaba sendo adaptado para virar um local de trabalho, é necessário conciliar as diversas tarefas diárias e atividades que acontecem na casa. Além disso, é comum a construção de salas anexas às casas, muitas vezes com vitrines, que são utilizadas como ateliê e permitem o atendimento ao público. Esse exemplo pode ser visto como melhoria da utilização de recursos, pois ocorre o reaproveitamento de um ambiente domiciliar que antes era pouco ou nada explorado. Da mesma forma, em um ateliê, por exemplo, pode-se aproveitar e realocar móveis de outros cômodos da casa para esse novo ambiente, o que ainda pode favorecer a diminuição dos custos iniciais de implantação do espaço de home office.

Indústria Criativa

Uma questão importante a ser considerada quando se fala em home office é que nem todas as profissões, que conseguem trabalhar neste modelo, usam o mesmo tipo de infraestrutura e recursos, especialmente quando se está falando de profissionais da indústria criativa, cujas atividades diferem significativamente de outras

áreas. Uma reflexão sobre as áreas da economia criativa se faz necessária em virtude da multiplicidade de características e peculiaridades dos profissionais desse segmento, tanto no modo como desenvolvem seu trabalho como nos produtos e serviços que entregam, e ainda por necessitarem de ambientes de estímulo constante à criatividade.

O conceito de indústria criativa surgiu na Austrália e na Inglaterra, em 1990, mas teve maior destaque no país de Gales, pois lá percebeu-se o potencial de desenvolvimento econômico desses novos modelos de negócios. Assim, o departamento de cultura, mídia e esportes desse governo buscou incentivos e estudos específicos com intuito de fomentar esse novo setor industrial. Após a obtenção de ganhos, outros países se inspiraram e passaram a buscar políticas públicas para viabilizar esse mercado (FILHO *et al.*, 2019).

Na Inglaterra existe um mapeamento detalhado das atividades criativas existentes no país. O país conta também com um Ministério das Indústrias Criativas e o governo classifica os seguintes campos como pertencentes aos setores criativos: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, designs de moda, cinema, softwares interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, TV, museus, galerias e atividades relacionadas com as tradições culturais (DCMS, 2022).

O crescimento do interesse na indústria criativa também esteve ligado a um pensamento de “virada cultural” que surgiu da conciliação de dois eventos importantes: o surgimento da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas. Assim, produtos e serviços deixaram de ser apenas objetos de consumo e passaram a ter valor agregado, pois neles foi introduzida a criatividade para que tivessem um diferencial, uma inovação de uso ou de significado (BENDASSOLLI *et al.*, 1990).

Dentro da temática que envolve a economia criativa, destaca-se a obra de John Howkins (2001), intitulada “Creative Economy: how people make Money from ideas”. No texto, o autor destaca a relação entre a criatividade e a economia, marcando o surgimento do termo economia criativa. Para o autor, “a criatividade não é uma coisa nova e nem a economia o é, mas o que é nova é a natureza e a extensão da relação entre elas e a forma como combinam para criar extraordinário valor e riqueza” (HOWKINS, 2001). O autor defende a ideia de que produtos que surgem a

partir de ideias inovadoras podem agregar valor de acordo com o seu grau de novidade e de desenvolvimento científico. Sendo assim, a economia criativa está focada na dinâmica dos setores econômicos com potencial de gerar rendimentos a partir da propriedade intelectual do indivíduo (HOWKINS, 2001).

Ao observar o setor da indústria criativa no Brasil, cita-se São Paulo como um dos estados mais consolidados dessa área. Porém, deve-se ter cuidado para não generalizar a situação que ocorre nesse estado com as demais capitais do Brasil, pois em cada lugar existe uma diversidade e outra situação (BENDASSOLLI; ANDRADE, 2011). Constata-se ainda que a indústria criativa pode ser dividido em três grupos. O primeiro é constituído pelos profissionais que possuem o conhecimento das ideias, ou seja, profissionais ligados a design, arquitetura, moda, publicidade, artes, música, artes cênicas e tecnologias. No segundo grupo estão os profissionais e empresas que proporcionam suporte, são os serviços e indústrias relacionados à criação. O terceiro grupo comporta as atividades de apoio, que fornecem indireta ou diretamente bens e serviços para a economia criativa (FIRJAN, 2016).

No contexto brasileiro, São Paulo é um dos estados em que a indústria criativa está mais consolidada, podendo ser comparada com países desenvolvidos. É neste estado que se observa a maior diversidade e riqueza da indústria criativa. Na capital paulista também se encontram mais profissionais ligados à indústria da criação, resultado da maior oferta de oportunidades. Deve-se ter cuidado para não generalizar a situação que ocorre em São Paulo às demais capitais do Brasil, pois em cada lugar existe uma diversidade e outra situação (BENDASSOLLI; ANDRADE, 2011).

Segundo pesquisa realizada pelo Sistema Firjan (2019), a maior área da indústria criativa, que envolve os segmentos de publicidade e propaganda, arquitetura, design e moda, represa cerca de 366,4 mil trabalhadores, o que representava 3,8% dos vínculos formais de trabalhos do setor em 2017. A remuneração média desses profissionais era de R\$ 5.841,00, mais que o dobro do salário médio do mercado em geral (FIRJAN, 2019).

A indústria criativa está vinculada fortemente à indústria cultural, porque, enquanto a primeira se conecta com o pensar diferente, com os setores de serviços e setores

industriais, a cultural, que tem sua origem associada aos filósofos da Escola de Frankfurt, está conectada com a produção de cultura, integrando os setores de publicidade, fotografia, cinema. Ambas as denominações surgiram em meio a críticas à produção em massa, que ocorre apenas para suprir uma necessidade. Assim, buscam promover o pensamento de que se pode fazer o mesmo, porém de forma diferente (YOON; MALECKI, 2009).

Entretanto, há uma sobreposição de conceitos e áreas entre esses dois setores, ou seja, o termo indústria da cultura é substituído por indústria criativa, tendo em vista uma nova tentativa de articulação entre os domínios da arte ou cultura, da tecnologia e dos negócios (BENTASSOLLI *et al.*, 1990).

O home office dos profissionais criativos

Uma etapa importante desta pesquisa foi a identificação de profissionais que utilizam o espaço de home office mas não se enquadram em formatos administrativos, com apenas mesa e computador, sendo necessárias configurações especiais para atender a diversidade das atividades realizadas. Para contemplar o maior número possível de profissões com este perfil, foi necessária uma investigação ampla, que contemplou três frentes de ação: A) Mapeamento de profissionais já conhecidos dos pesquisadores e que suas memórias conseguiram buscar; B) Mapeamento de profissionais que formam a rede de contatos dos profissionais mapeados na fase A; C) Mapeamento das profissões selecionadas a partir de pesquisa nas mídias digitais e redes sociais. O fluxograma a seguir sintetiza as profissões encontradas nas etapas descritas, segundo o método de “vagar e permitir se perder em um contexto desconhecido, para então encontrar-se”, de Canevacci (1997). As diversas profissões encontradas foram organizadas em grandes grupos de atuação que dão origem aos círculos coloridos da figura 1 e que ganham ramificações com a indicação das profissões mapeadas.

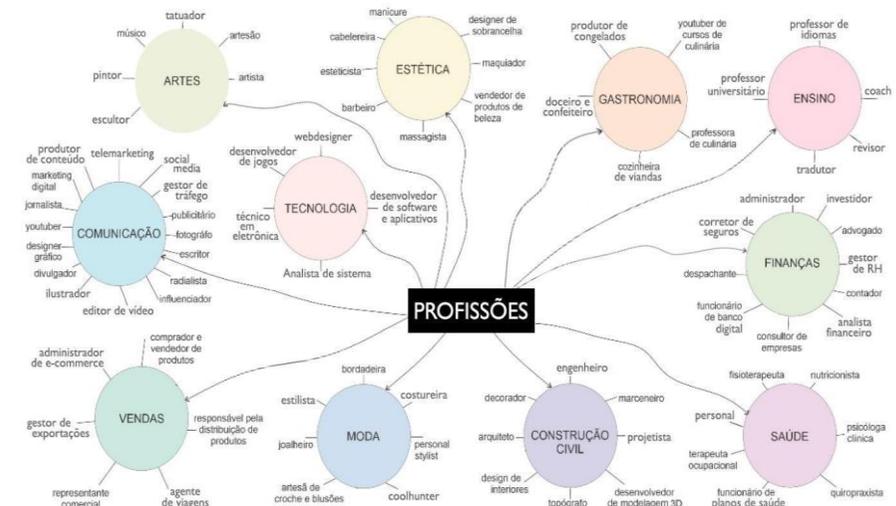


Figura 1. Mapeamento dos profissionais com atividades em modelo home office. Fonte: Representação desenvolvida pelos próprios autores.

Finalizando essa etapa da pesquisa, identificou-se um universo de 78 profissões que conseguem desenvolver suas atividades em ambiente domiciliar. A partir dessa identificação, foram selecionadas 10 profissões, com diversidade de entregas, estrutura e dinâmicas, com o objetivo de promover um aprofundamento no estudo. Essas profissões ou profissionais foram escolhidos por pertencerem ao segmento ‘não administrativas’, por necessitarem de diferentes configurações no que se refere a espaço físico e por terem conexão com a área da indústria criativa, segmento em crescimento.

Dessa maneira, é possível estender a análise para mais ambientes residenciais, com particularidades e com programas de necessidades diferentes. Os pesquisadores realizaram entrevistas qualitativas com três arquitetas, duas artesãs, três artistas, dois comunicadores, três costureiras, três culinárias, dois designers, dois influenciadores digitais, três fotógrafos e dois músicos. Nesta fase, buscou-se identificar e observar as necessidades dos sujeitos da pesquisa, de acordo com as características de funcionamento do modelo de trabalho home office de cada profissional elencado.

Entre os dados coletados, detectou-se que a configuração dos lares e das famílias é um aspecto importante. Na investigação desenvolvida, constatou-se que alguns profissionais consultados moram sozinhos e outros moram com mais alguém ou até com família maior, configurada por mais de duas pessoas. Essas dinâmicas influenciam na percepção do trabalho em home office, interferindo na maneira como o usuário se relaciona com o ambiente e com as necessidades específicas de morar e de trabalhar em um único local.

Em relação aos profissionais dividirem o espaço com mais pessoas ou morarem sozinhos, verificou-se que cinco deles moram só, onze moram com mais alguém e outros nove moram com mais de duas pessoas. Isso demonstra que a maioria do público observado divide o espaço residencial e o home office com mais pessoas da família. Também se investigou a respeito da opção dos profissionais por residirem em casa ou apartamento, sendo que a maior parte deles vive em casas e a minoria em apartamentos, outro detalhe é que a maioria mora em cidades menores e não em grandes centros.

Nas imagens a seguir, pode-se verificar que, somando as metragens quadradas dos apartamentos e casas usadas pelos profissionais da indústria criativa consultados, tem-se uma área média de 170,80m², sendo possível detectar três agrupamentos de lares. A Configuração 01 apresenta apartamentos que variam entre 60,00 e 80,00 m², com exceção de um que tem 150,00 m². A configuração 02 é formada por casas que variam entre 100,00 m² e 200,00 m². Por fim, na configuração 03, há casas em tamanho maior que ultrapassam os 300,00 m², chegando até 600,00 m². Uma constatação pontual é que o segmento de home office observado não está diretamente relacionado com poder aquisitivo. Outras observações a destacar, a partir desse recorte, é que maioria das residências acessadas tem dois quartos e três banheiros e que o número máximo de quartos e banheiros por residência é quatro.

Na figura 2, apresenta-se um resumo das informações dos entrevistados a respeito das necessidades essenciais e secundárias de um profissional para desenvolver suas atividades em ambientes home office. Também se levantou mais informações sobre a moradia de cada profissional, com atenção para as áreas dedicadas ao home office.

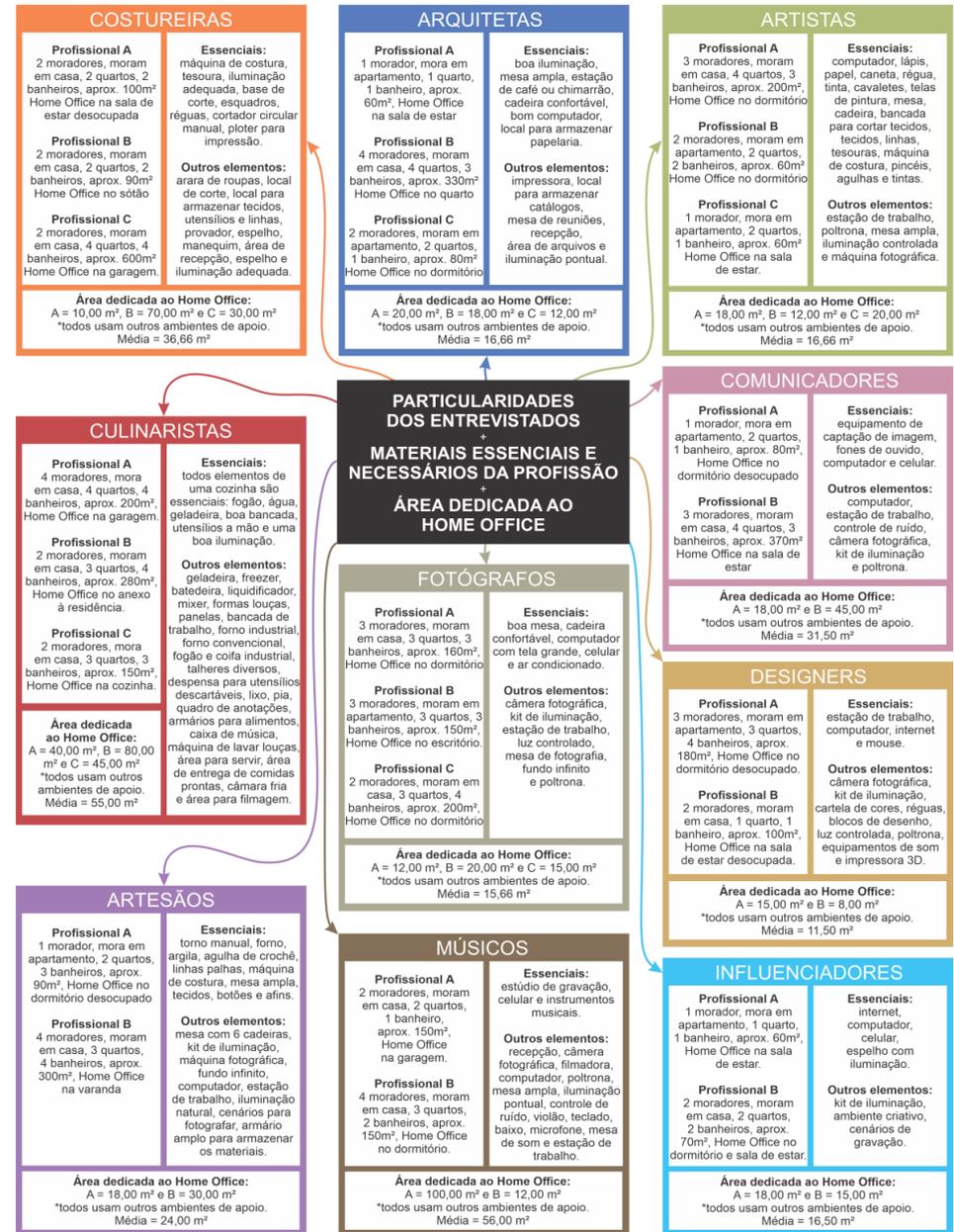


Figura 2. Necessidades dos profissionais da Indústria Criativa. Fonte: Representação desenvolvida pelos próprios autores.

É possível verificar que algumas profissões da indústria criativa requerem mais instrumentos, espaços e mobiliários do que outras atividades. Profissionais da culinária, por exemplo, são os que mais necessitam de infraestrutura e variados utensílios para executarem suas tarefas. Mas, se por um lado, os profissionais da gastronomia, costura, arquitetura, artesanato e artes precisam de uma diversidade maior de ferramentas e infraestrutura, os comunicadores, designers, fotógrafos, influenciadores digitais e músicos apresentam bem menos demandas para trabalharem em modelo home office.

Com relação ao tamanho dos espaços de home office dos profissionais da indústria criativa, 12 deles apresentaram queixas, indicando que seus ambientes de moradia e trabalho são compactos demais e que desejariam ter uma área maior. Mas se eles compreendessem a residência inteira como um grande office, utilizando todos os ambientes, aproveitariam melhor o espaço e sentiriam que possuem uma área maior.

Outro aspecto mapeado foi o número de ambientes dos lares que cada profissional utiliza para trabalhar, sendo constatado que a maior parte dos profissionais ouvidos utiliza mais de um ambiente da residência para as funções de trabalho, demonstrando a conexão existente entre o morar e o trabalhar. Outra observação relevante é que 6 dos 25 profissionais já utilizam o lar inteiro para trabalho e moradia, especialmente nas profissões de artesão, influenciador digital, fotógrafo e músico.

O fato de os locais de trabalho em ambiente residencial serem, em sua maioria, locais improvisados, demonstra que são muitos os home offices que não contemplam as necessidades de forma plena, pois se um local não é projetado por um profissional habilitado e “surge” de maneira espontânea, a tendência é que este não seja funcional. Também se constatou que muitos profissionais não compreendem o ambiente de home office como um local de trabalho definitivo, já que para a maioria deles o local é temporário ou consequência de alguma modificação excepcional das suas vidas. Se o formato home office fosse compreendido como um local formal, de trabalho efetivo e definitivo, ele deixaria de ser improvisado e assumiria um papel de qualificação na vida do profissional. Dessa forma, acredita-se que o usuário teria realmente o sentimento de realização em relação à sua vida profissional, buscando organizar um local ideal, que equilibrasse trabalho e moradia, sem deixar que nenhum se sobressaísse sobre o outro. Quando questionados sobre a preferência por

ter um ambiente integrado ou separado da casa, a maioria preferiu separá-los. Acredita-se que isso ocorra, pois, separando trabalho e moradia, é mais fácil organizar a rotina, sem interferência de um ambiente sobre o outro. Registra-se ainda que esse desejo maior por separação pode ser um resquício de um modelo mental que sempre vigorou em formato não-home office. É possível, porém, com estratégias arquitetônicas, pensar uma maneira de o

trabalho se misturar com o lazer e vice-versa, em momentos propícios.

Com essa sintonia de trabalho e residência, imagina-se que seja viável tirar mais proveito do trabalho no conforto do lar do que em um grande prédio de escritórios. É claro que não se descarta que empresas, a partir de uma rotina de trabalho híbrida, possibilitem ao profissional que ele se conecte excepcionalmente com o local comercial, porém, compreende-se que o lar é o ponto de referência de lazer, equilíbrio e convívio.

Variáveis e diretrizes projetuais

Com base nas informações coletadas, especialmente na etapa de escuta dos profissionais, obteve-se informações sobre as dinâmicas que envolvem diferentes modelos de home offices. Na sequência, desenvolveu-se a etapa de ampliação dessa visão, para conhecer melhor a realidade já existente e, assim, transformar e melhorar a relação entre casa e trabalho no home office. Buscando organizar todas as informações colhidas, fez-se uma síntese de tais dados em um infográfico, apresentado a seguir, que elencou todas as variáveis relevantes percebidas nas conversas e análises posteriores (Figura 3).

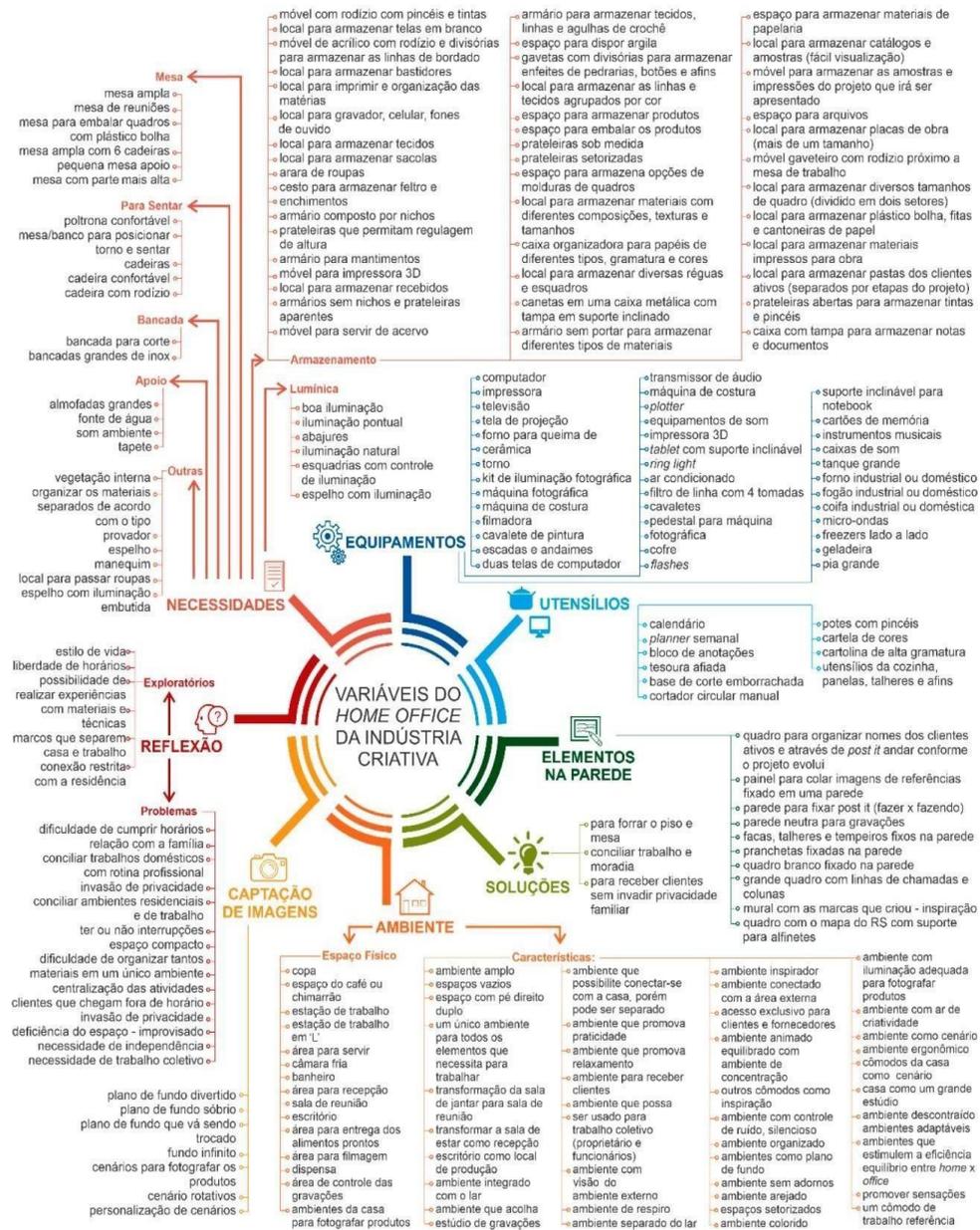


Figura 3. Variáveis do home office dos profissionais observados. Fonte: Representação desenvolvida pelos próprios autores.

Relacionando os conhecimentos obtidos com os estudos sobre home offices, em conexão com as variáveis relevantes percebidas, chegou-se ao número de dez diretrizes projetuais para esse tipo de espaço, as quais serviram de referência neste trabalho e podem orientar profissionais da área da arquitetura. A representação a seguir (Figura 4) apresenta essas dez diretrizes projetuais numeradas de 1 a 10 e identificadas mediante uma palavra de referência antecedida por uma expressão que ajuda a caracterizá-la.

No diagrama, as três primeiras diretrizes apresentam cores primárias, pois são consideradas como base, ou seja, são imprescindíveis para todas as outras sete diretrizes. As três diretrizes intermediárias são representadas pelas cores secundárias, pois se relacionam com as diretrizes anteriores e são a base para o próximo agrupamento. Já as três seguintes, representadas pelas cores terciárias, expressam elementos de finalização. A décima diretriz pensada, representada pela cor amarelo-claro, faz o fechamento dos círculos das diretrizes projetuais.

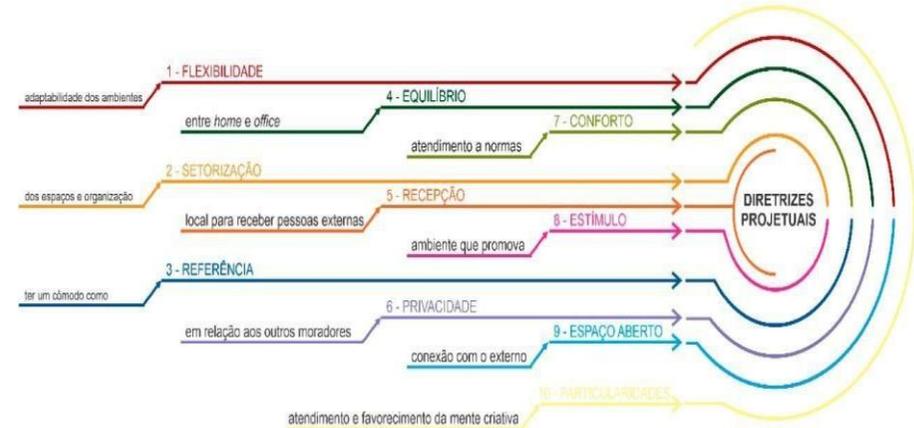


Figura 4. Diretrizes projetuais. Fonte: Representação desenvolvida pelos autores.

Todas as diretrizes foram formuladas com base nos relatos dos profissionais da indústria criativa, considerando aspectos observados em seus ambientes, suas insatisfações relatadas e, ainda, aqueles elementos elencados como fundamentais.

Diretriz 01 (Flexibilidade): A primeira diretriz apresentada é a flexibilidade, pois,

como o ambiente de home office deve atender duas necessidades distintas, que são morar e trabalhar, é necessário que os espaços sejam flexíveis e adaptáveis para atender ambas as demandas.

Diretriz 02 (Setorização): Tendo em vista a organização espacial dos ambientes da residência como um todo, bem como a organização dos espaços de trabalho, a setorização torna-se fundamental, pois ela permite que os espaços sejam agrupados de acordo com a dinâmica que acontecerá em cada um. Como, em termos organizacionais, interpreta-se o trabalho como um processo, a partir da setorização se consegue agrupar todos os elementos de cada processo, o que facilita os fluxos e a dinâmica dos espaços.

Diretriz 03 (Referência): É importante que dentro do ambiente residencial haja um espaço de referência para o trabalho, no qual se possa concentrar a organização dos materiais e dos itens necessários para o desenvolvimento da atividade profissional. Além disso, esse cômodo de referência auxilia na criação de um marco para o trabalho. Entretanto, é importante que esse espaço possa se relacionar com o restante da residência de forma a se integrar ao conjunto dos demais ambientes.

Diretriz 04 (Equilíbrio): equilibrar os ambientes de trabalho e de residência é muito importante, pois evita que uma atividade se sobressaia à outra. Além disso, é muito comum se ver, em home offices padrões, o ambiente residencial sendo mais atendido do que o ambiente de trabalho. Assim, a valorização dos dois elementos, dentro do mesmo ambiente, faz com que o trabalho em home office deixe de ser algo improvisado ou passageiro e passe a assumir o profissionalismo necessário.

Diretriz 05 (Recepção): De acordo com os dados levantados, a maioria dos profissionais da indústria criativa precisa dispor de um local preparado e disponível para receber um cliente ou algum fornecedor. Isso faz parte do mercado de trabalho, pois é uma maneira de o profissional se relacionar com o seu público consumidor.

Diretriz 06 (Privacidade): É importante prever como acontecerá a dinâmica dos espaços quando forem compartilhados com outras pessoas ou, ainda, quando o profissional receber convidados. É preciso favorecer a privacidade do trabalhador da modalidade home office, assim como a dos outros moradores, para que ninguém se sinta incomodado e para que a dinâmica não seja prejudicada. Em relação a receber convidados externos, é importante que haja limites, para que a residência

não fique demasiadamente exposta. Dessa forma, o usuário de home office não tem o sentimento de invasão de privacidade.

Diretriz 07 (Conforto): É de suma importância que os espaços de home office sejam confortáveis e atendam às necessidades lumínicas, ergonômicas e acústicas do usuário. E que, igualmente, respeitem os padrões e as normas estabelecidas pelas boas práticas da arquitetura.

Diretriz 08 (Estímulo): Um espaço destinado a profissionais da indústria criativa necessita ser continuamente contagiante, devendo influenciar de forma positiva o usuário, promovendo seu bem-estar, a liberação das ideias e estimulando a criatividade. **Diretriz 09 (Espaço aberto):** A conexão com o espaço aberto, quando possível,

visa proporcionar ao usuário a relação com o meio externo. O caminhar descalço em uma grama ou a troca de ares, provindos da brisa do vento, favorece o bem-estar dos envolvidos e, conseqüentemente, influencia no rendimento.

Diretriz 10 (Particularidades): Como se está tratando de ambientes destinados à indústria criativa, a última diretriz dá destaque às particularidades dos usuários.

O ambiente de home office deve permitir customizações pelo profissional, ou seja, deve permitir que ele também, por meio de sua criação e com seus pertences pessoais, transforme o espaço, personalizando-o de acordo com o seu estilo de vida e inspirações. As diretrizes propostas foram desenvolvidas com o intuito de nortear as decisões projetuais de qualquer arquiteto ou designer de interiores no momento de projetar um local de trabalho que se conecte à moradia. Além disso, a intenção é ampliar a visão difundida até hoje sobre home office, apresentando-o como um grande lar e, ao mesmo tempo, como um grande office (escritório).

Através das variáveis apresentadas de home offices e nas diretrizes projetuais derivadas, permite-se ampliar a visão sobre a temática estudada, permitindo que cada pesquisador tenha a sua reinterpretação a partir das temáticas e diretrizes discutidas no presente trabalho. A partir de um exercício projetual e uma reflexão profunda sobre todas as informações obtidas até aqui propõe-se um novo conceito, isto é, uma nova visão prática do tradicional, e já popular, home office.

Com base nas informações colhidas com os profissionais da indústria criativa, procurou-se identificar um ponto de conexão entre eles, relacionado com o contexto da arquitetura. Dessa forma, observou-se que o principal ponto de contato existente, no que se refere a espaços físicos, é que todos os 25 profissionais consultados - arquiteto, artesão, artista, comunicador, costureira, culinária, designer, influenciador digital, fotógrafo e até um músico - trabalham ou poderiam trabalhar em um espaço de 'ateliê'. A partir de um entendimento sobre 'ateliês', pode-se unir o espaço físico de todos os profissionais da indústria criativa observados. Dessa forma, e por esta pesquisa consistir em uma reflexão acerca do trabalho em ambiente residencial, o termo residência, aqui, relaciona-se ao conceito de moradia, de refúgio dos usuários, isto é, de lar.

Dessa forma, unindo-se as duas palavras - uma que expressa o ambiente físico, conectando os profissionais, e a outra que remete ao ambiente residencial, sem especificar se é um apartamento ou casa, se é grande ou pequeno - chegou-se ao termo conceitual de 'lar-ateliê'. Nesta reflexão, compreende-se, então, o lar-ateliê como uma adaptação, ou, ainda, como uma evolução do conceito de home office, considerando o universo dos profissionais da indústria criativa. É esse conceito que se está propondo, o qual conecta os conhecimentos levantados, levando em conta as premissas estabelecidas pelas variáveis e as diretrizes apresentadas.

O lar-ateliê vem a ser um ambiente baseado na flexibilidade dos espaços e que se organiza através de uma setorização. Ele possui um cômodo como referência do ambiente de trabalho, o que favorece o equilíbrio entre moradia e atividades profissionais; ele preocupa-se com um local adequado para receber clientes ou fornecedores, promovendo a privacidade dos moradores; ele pensa em uma iluminação adequada; ele cria espaços que estimulam criativamente seus usuários; ele se relaciona com o espaço aberto; e, por fim, ele promove as particularidades dos seus usuários.

É um conceito que vai além da ideia tradicional já comentada de home office, visto que almeja promover um novo estilo de vida para o usuário. O lar-ateliê não se restringe a um ambiente, tampouco aos limites impostos pela delimitação do ambiente residencial, ele contempla o lar como um todo, atendendo as necessidades de moradia e de trabalho. Da mesma forma, relaciona-se com o ambiente externo, favorecendo as conexões entre pessoas, diferentemente da ideia de home office que

favorece o isolamento pessoal.

O lar-ateliê imaginado tem como centro de referência o ambiente de estar, espaço este já configurado em um lar como um local de grande permanência. A essência desse lar-ateliê, o seu coração, está na "casa", conectada como um todo para as duas atividades, trabalhar e morar. Assim, a partir da construção do conceito proposto, desenvolveram-se três modelos de experimentação projetual, para que o seu conceito, as diretrizes e as variáveis encontradas nesta pesquisa fossem testadas.

Cabe destacar que o conceito de lar-ateliê possui uma aplicabilidade maior em espaços compactos, visto que em lares com área maior há mais possibilidades de "segregar" as atividades de trabalho e moradia, o que não condiz com a essência do lar-ateliê. Tal proposta vem para solucionar os espaços vistos como pequenos, os quais dificultam a conciliação entre morar e trabalhar. Com as soluções geradas, observa-se que é possível ampliar o ambiente, conectando melhor as duas atividades.

Ressalta-se que essa pesquisa não deve ser compreendida como uma cartilha ou um manual para se projetar espaços de home offices ou lar-ateliê, a proposta do artigo é uma reflexão sobre esses espaços a partir das experiências narradas pelos autores e o conteúdo pode auxiliar outros pesquisadores a pensarem nas infinitas possibilidades de uso e montagem dos espaços de trabalho em casa.

Conclusões

Esta pesquisa possibilitou conhecer mais sobre as necessidades dos profissionais da indústria criativa que trabalham em modelo home office, assim como oportunizou desconstruir a ideia de um home office tradicional, por meio da nova conceituação proposta, qual seja, a do lar-ateliê. A partir da proposta do lar-ateliê, pode-se compreender o espaço de home office como um espaço definitivo, que atende todas as necessidades do usuário, tanto para morar quanto para trabalhar, com a concepção de que o trabalho no lar não ocorre de forma improvisada ou transitória.

Durante o desenvolvimento da pesquisa, foi possível observar, com riqueza de detalhes, todas as variantes que influenciam o ambiente de trabalho residencial.

Verificou-se que a configuração espacial, ou seja, que o número de quartos, de banheiros e, principalmente, a área do espaço, influenciam diretamente o ambiente de

um lar-ateliê. Assim, essa concepção se aplica mais a ambientes menores, mais compactos, porque nesses é preciso dividir e utilizar o mesmo ambiente para mais de uma função. Quando a residência é maior, fica mais fácil separar as dinâmicas de trabalho e moradia.

Constatou-se também que a configuração familiar influencia igualmente o trabalho residencial, ou seja, quando a pessoa mora sozinha, a dinâmica do trabalho em casa ocorre de forma mais espontânea. Entretanto, se o profissional mora com mais pessoas, é necessário organizar o espaço, pressupondo-se que o trabalho acontecerá no mesmo local onde, possivelmente, outros moradores estarão também trabalhando, relaxando, se alimentando ou em lazer.

Dessa forma, somam-se, à multiplicidade de configurações espaciais, as diferentes configurações familiares e as particularidades dos profissionais. Esse conjunto implica em um número expressivo de variações, de informações e na abertura para novas discussões. Nesse sentido, a etapa de experimentação possibilitou iniciar as deliberações e a parte prática do uso das variáveis e diretrizes propostas e da construção do lar-ateliê.

As diretrizes foram pensadas para nortear as decisões projetuais, mas elas não têm um caráter limitante, podendo ser aplicadas nos mais diversos projetos que visam contemplar as dinâmicas de trabalho e moradia.

Com isso, confirma-se a importância e a contribuição desta pesquisa, especialmente neste momento em que são discutidas e observadas as potencialidades do trabalho no conforto do lar. Igualmente se atesta o potencial deste estudo para engajar novas discussões acerca da reconfiguração e da desconstrução do home office na busca do novo conceito de um lar-ateliê, tendo em vista que esta pesquisa também pode ser levada para outras profissões e segmentos.

Referências

ABERGO. **O que é ergonomia?** Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: [https://www.abergo.org.br/o-que-%C3%A9-ergonomia#:~:text=Ergonomia%20\(ou%20fatores%20humanos\)%20%C3%A9,o%20desempenho%20geral%20do%20sistema](https://www.abergo.org.br/o-que-%C3%A9-ergonomia#:~:text=Ergonomia%20(ou%20fatores%20humanos)%20%C3%A9,o%20desempenho%20geral%20do%20sistema)

BENDASSOLLI, P. F.; WOOD Jr., T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M. P. Indústrias

Criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE**, v. 49, n. 1, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1590/s0034-75902009000100003>

BENDASSOLLI, P. F.; ANDRADE, J. E. Significado do trabalho nas indústrias criativas. **Revista de Administração de Empresas**, p. 143-159, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/s0034-75902011000200003>

BÓSCHI, R. *et al.* Ambientes corporativos: análise de parâmetros de influência na satisfação do usuário. **Percorso Acadêmico**, Belo Horizonte, v. 9, n. 18, 2019. DOI: <https://doi.org/10.5752/p.2236-0603.2019v9n18p140-154>

BRIK, M. S. **Trabalho portátil**: Produtividade, economia e qualidade de vida no home office das empresas. Curitiba: Edição do Autor, 2013.

BRITTO, V. A. S. O direito do empregado ao ambiente de trabalho seguro e saudável: a tutela do princípio da dignidade humana. **Boletim Jurídico**, Uberaba: a. 13, no, 1195. 2017. Disponível em: <http://www.boletimjuridico.com.br/doutrina/texto.asp?id=3752>.

BRYNJOLFSSON, E.; MCAFEE, A. **Novas tecnologias versus empregabilidade**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora, 2014.

CANEVACCI, M. **A cidade Polifônica**: Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. 2. ed. Tradução: Cecília Prada. São Paulo: Studio Novel, 1997.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DCMS. **Creative industries mapping document**. 2022. Disponível em: https://pec.ac.uk/news_entries/national-statistics-on-the-creative-industries/

FERNANDES, F. F. **Comunicação em ambientes da indústria criativa**: uma leitura a partir dos Fab Labs do RS - Dissertação da Universidade Federal do Pampa, São Borja, 2019.

FILHO, J. A. F. *et al.* Economia Criativa: uma análise sobre o crescimento do mercado das indústrias criativas. **Comunicação & Inovação**, v. 20, n. 42, 2019. DOI: <https://doi.org/10.13037/ci.vol20n42.5501>

FINCATO, D. P.; ANDRADE, A. S. Home office: direitos fundamentais, meio ambiente laboral e reforma trabalhista. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, v. 9, n. 2, p. 281-300, 2018. DOI:

<https://doi.org/10.7213/rev.dir.econ.soc.v9i2.22123>

FIRJAN. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. São Paulo, 2016. *In*: FLACH, Natália. **Home Office definitivo?** Exame, São Paulo. 2020.

FONSECA, J. F. **A contribuição da ergonomia ambiental na composição cromática dos ambientes construídos de locais de trabalho de escritório.** - Dissertação de Mestrado – PUC/RJ, Rio de Janeiro, 292 f., 2004.

GATTI, D. P. *et al.* Home Office: vantagens, desvantagens e desafios para empresas e funcionários. **Revista de Administração do Unifatea**, v. 16, n. 16, p. 7-273, 2018.

HOWKINS, J. **The Creative Economy: How people make money from ideas.** Penguin UK. New Ed., 2001.

OLIVEIRA, D. R. **Do fim do trabalho ao trabalho sem fim:** o trabalho e a vida dos trabalhadores digitais em Home Office. Tese - Universidade de São Carlos. São Carlos, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/10792>

PANERO, J.; MARTIN, Z. **Dimensionamento humano para espaços interiores:** um livro de consulta e referências para projetos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2013.

SILVA, R. R. **A revolução industrial.** Editora Nucleo, 1997.

SOUZA, M. R. S. **Habitação e Informatização:** o teletrabalho. São Carlos, 2005.

YOON, H.; MALECKI, E. J. Cartoon planet: worlds of production and global production networks in the animation industry. **Industrial and Corporate Change**, v. 19, n. 1, p. 239-271, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1093/icc/dtp040>