6
Procedimentos metodológicos, método e técnicas de pesquisa

O presente capítulo está estruturado em seis seções que abordam os procedimentos metodológicos: (6.1)caracterização e tipo de pesquisa; (6.2) percurso metodológico; (6.3) primeira aproximação: definição do projeto de pesquisa; (6.4) segunda aproximação: pesquisa de campo que, por sua vez, se subdivide para apresentar a pesquisa de campo realizada com as empresas e a pesquisa de campo com as instituições de ensino; (6.5) terceira aproximação: pesquisa qualitativa – opinião dos agentes envolvidos obtida em Fórum de discussão; (6.6) proposta.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

6.1
Caracterização e tipo de pesquisa

Como apresentado no decorrer deste documento, esta pesquisa surge dapercepção de uma lacuna no conhecimento da realidade de atuação política do design no processo de inovaçãodo setor têxtil catarinense e de uma lacuna no conhecimento da integração entre as indústrias têxteis/confecção e universidades. Existe um polo têxtil em SC que não é reconhecido como criador de moda, ao mesmo tempo que há no estado um grande número de cursos superiores voltados à formação de profissionais de design de moda.

Sendo assim, esta autora levantou como objetivo geral, mencionado no capítulo 1, propor uma sistemática de definição participativa de políticas de design, convergentes entre universidade e empresas, para o fomento da inovação do setor têxtil catarinense.

No que diz respeito aos seus objetivos, a pesquisa caracteriza-se como exploratória descritiva, pois, para atingir o objetivo geral acima descrito, visa delinear as características de grupos relevantes, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros fenômenos, bem como sua natureza e características (CERVO, 2005). Ou seja, procura delinear as características dos grupos envolvidos (instituições de ensino de Moda e Design e empresas de

pequeno, médio e grande porte, que participam do SCMC) e verificar a demanda de inovação, design e tipo de relação que as empresas estabelecem com as instituições de ensino. A pesquisa caracteriza-se, também, como exploratória, na medida em que procura verificar a existência e frequência de projetos e ações que envolvam cooperação das instituições de ensino com as indústrias do setor têxtil/confecção, em prol da inovação e identificar as características da troca existente, atualmente, entre os grupos envolvidos. Além disso, busca verificar como cada agente percebe as competências e a contribuição do outro.

Tendo à frente um universo complexo, as operações mentais e técnicas para abordar a realidade foram, então, formalizadas com base na lógica de investigação hipotética-dedutiva.

A construção do conhecimento dá-se por diversas ações individuais da pesquisadora (pesquisa bibliográfica, organização da pesquisa de campo, análises e sínteses), bem como desta com os agentes envolvidos (contatos em entrevistas, fórum com empresários, acadêmicos e pessoas interessadas) que, em seu conjunto, caracterizam um processo participativo de pesquisa-ação[1].

Para Thiollent, a pesquisa-ação é

> um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução deum problema coletivo e na qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participante" (Thiollent, 1985, p.24).

Ressalta-se a preocupação e ciência desta autora enquanto agente de pesquisa que é reconhecida, pelos pesquisados, como membro da academia e, em 2010, como profissional contratada pelo SCMC para atuar na gestão de integração Universidade-Empresa. Por sua vez, entende-se que o respeito à opinião dos empresários, coordenadores dos cursos e especialistas e suas participações ativa no processo, garantida pela própria metodologia, contribui na diluição do viés político

[1] O termo Pesquisa-ação foi concebido por Kurt Lewin (psicólogo que nasceu na Prússia -hoje parte da Polônia, 1890-1947), e depois elaborado e ampliado por outros cientistas comportamentais. Preocupado com a mudança social e, mais particularmente, com sua eficácia, a mudança social permanente, Lewin acreditava que a motivação para a mudança está fortemente relacionada com a ação. Afirmava que se as pessoas são ativas nas decisões que lhes dizem respeito, elas são mais propensas a adotar novas formas. "A gestão social racional", para ele, consta em uma espiral de passos, cada qual composta por um círculo de planejamento, ação e de averiguação sobre o resultado da ação (SMITH, 2001).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

de posicionamento. Sendo assim, procura-se estabelecer uma intercomunicação entre os diversos agentes de pesquisa (o polo investigador e o polo investigado) dentro de uma situação de investigação crescente que leva à conscientização e ação (THIOLLENT, 1982).

Sob o ponto de vista da abordagem, o presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa de caráter *quantitativo/qualitativo.* Em certo momento, como na pesquisa de campo com as empresas e universidades, prevalece a abordagem quantitativa. Procura-se obter dados estatísticos entendendo-os como necessários para a compreensão da problemática da pesquisa, sob os aspectos de abragência e frequência com que ocorrem os fenômenos. Estes dados são importantes no processo de pesquisa, pois servem de base para sustentar o diálogo com os empresários em um ambiente de objetividade e confiança. No entanto, a abordagem qualitativa se sobressai na medida em que se procura compreender a essência do fenômeno abordado, na obtenção da opinião dos agentes envolvidos, facilitado pela realização de entrevistas e discussões no Fórum.

Segundo as fontes de dados da pesquisa, ela caracteriza-se como bibliográfica (documentação indireta) e pesquisa de campo, também nomeada de coleta de dados direta.

Considerada a sua natureza, esta pesquisa é aplicada, pois seus resultados poderão ser aplicados ou utilizados na solução de problemas que ocorrem na realidade (PARRA FILHO, 2002).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

6.2
Percurso metodológico

A Figura 6.1, a seguir, sintetiza o percurso metodológico da pesquisa que se construiu para a obtenção dos objetivos dessa tese. Este caminho veio possibilitando aproximações crescentes à problemática da pesquisa, tanto para o pesquisador quanto para os agentes envolvidos.

Para se chegar à proposta deste trabalho, que consiste na formulação de referenciais teóricos/operacionais para a política de design para a inovação do sector têxtil,(Etapa 6, FIGURA 6.1), foi necessário estruturar a pesquisa em ações que permitissem, no decorrer do tempo, aumentar o conhecimento sobre a realidade das empresas e instituições de ensino, bem como favorecer o

envolvimento destas no processo. Sendo assim, na prática, as aproximações crescentes à compreensão da problemática da pesquisa foram ocorrendo de forma contínua, na medida em que as ações iam sendo realizadas. No entanto, didaticamente, elas estão apresentadas como primeira, segunda e terceira aproximações que correspondem a três blocos específicos de ações com suas respectivas etapas: 1ª Aproximação: Definição do Projeto de Pesquisa, que envolve as etapas 1 e 2; 2ª Aproximação: Pesquisa de Campo com as indústrias têxteis (etapa 3) e com as Instituições de Ensino (etapa 4); 3ª Aproximação: Opinião dos Agentes Envolvidos, que engloba a realização de um Fórum (etapa 5).

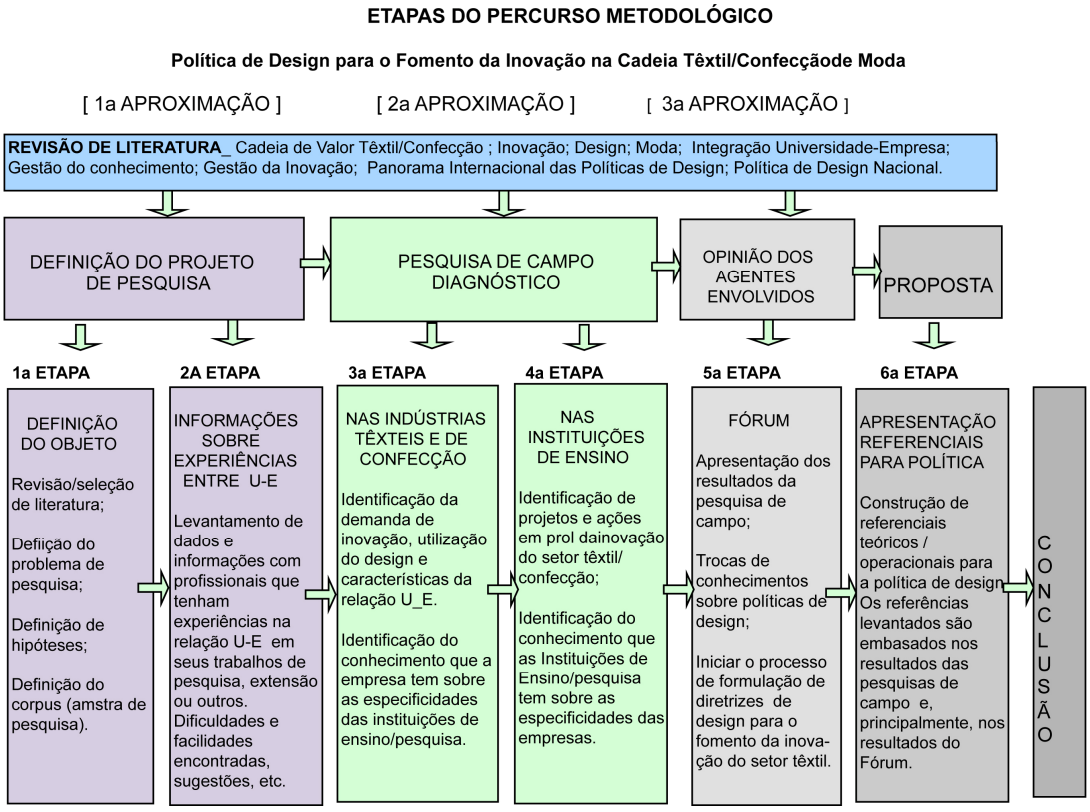

Figura 6.1. Etapas do Percurso Metodológico da Pesquisa
Fonte: Elaborado pela autora, 2011.

Tendo em vista a extensão da metodologia empregada e para evitar repetição de descrições das ações, bem como dar ênfase aos diversos tipos de pesquisas utilizadas nesse percurso, optou-se por apresentar, em itens separados, a descrição de cada bloco de ação de pesquisa com suas respectivas etapas e instrumentos de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

coleta e análise dos dados. Sendo assim, o percurso metodológico será detalhado nos itens de 6.3 a 6.7.

6.3
Primeira Aproximação: definição do projeto de pesquisa

Segundo Lakatos (1992, p.43), "toda pesquisa implica o levantamento de dados de várias fontes". A primeira aproximação à problemática da pesquisa corresponde ao detalhamento ou definição final do projeto. Este foi obtido com a compreensão maior do objeto de pesquisa que se iria trabalhar (etapa 1) e obtenção de informações de experiências entre U-E (etapa 2), com as respectivas operações metodológicas correspondentes a cada etapa, conforme se pode observar quadro Quadro 6.1.

1ª APROXIMAÇÃO (à problemática da pesquisa) DEFINIÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA	**ETAPAS**	**OPERAÇÕES METODOLÓGICAS**
	1-Definição do Objeto de Pesquisa.	- Revisão de literatura - Definição do problema e das hipóteses - Definição do corpus (amostra)
	2- Obtenção de informação de experiências entre U-E	- Levantamento de informações junto a profissionais com experiências na relação Universidade –Empresa por meio de entrevistas

Quadro 6.1. Etapas e Operações Metodológicas da 1ª Aproximação

6.3.1. Etapa 1- Definição do objeto de pesquisa.

A revisão de literatura (abordada no capítulo 2), a definição do problema[2], hipóteses[3] e corpos do trabalho[4] (abordados no capítulo 1), foram operações metodológicas que levaram a um maior conhecimento do objeto desta pesquisa -

[2] A descrição do problema de pesquisa encontra-se no capítulo 1. No entanto, com o objetivo de facilitar a leitura, destaca-se nesta nota o questionamento mais expressivo: Como a universidade e a empresa podem estabelecer ação conjunta no setor têxtil para o aumento da inovação através do *design*, em um âmbito regional?

[3] A pesquisa trabalha com a seguinte hipótese: a promoção do conhecimento e intercâmbio das empresas e das instituições de ensino de design/moda possibilitará a criação participativa de diretrizes de política de *design* para o fomento da inovação do setor têxtil.

[4] Empresas têxteis e instituições de ensino de moda participantes do Projeto Santa Catarina Moda Contemporânea SCMC.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

intercâmbio e integração das empresas e instituições de ensino de design de moda para o desenvolvimento de política de design para a inovação do setor têxtil de SC .

Na revisão de literatura foi utilizada a pesquisa bibliográfica - documentação indireta – que se divide em: (i) pesquisa documental (ou de fonte primária), que são aqueles de primeira mão, provenientes dos próprios órgãos que realizam as observações, isto é, os materiais que ainda não foram elaborados, escritos ou não, que podem servir como fonte de informação para a pesquisa científica; (ii) pesquisa bibliográfica (ou de fonte secundária) que consiste na atividade de localização e consulta de fontes diversas de informação escrita orientada a coletar materiais mais genéricos ou mais específicos a respeito de um tema.

Objetivando a reunião de informações relevantes para a compreensão da temática investigada, foi utilizado um referencial teórico que recaiu sobre quatro eixos principais: (1) a cadeia produtiva têxtil/confecção e a indústria têxtil catarinense; (2)inovação, moda e *design*; (3) políticas de promoção e incentivo ao *design*; (4)integração empresas- universidades.

As fontes que produziram credibilidade a este trabalho são de nível nacional e internacional. Na área da gestão e teoria da inovação, destacam-se autores contemporâneos, mundialmente reconhecidos, como Joe Tidd, diretor de pesquisa do SPRU (*Science & Tecnology Policy Research*) da Universidade de Sussex, Reino Unido; John Bessant, do *Advanced Institute for Manegement Research*; C.K. Prahalad e M.S. Krishnan, professores da Universidade de Michigan; Clayton M. Christensen da *Harvard Business Schol*; Gary Gereffi, do Departamento de Sociologia da Universidade de Duke, Carolina do Norte, Estados Unidos. Na área da cooperação U-E, destaca-se Dálcio Roberto dos Reis, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná; Eva Stal, da Cordenadoria Executiva de cooperação Universitária e de atividades Especiais da Universidade de São Paulo - Cecae/USP. E, na área voltada aos estudos da cadeia têxtil, destacam-se os profissionais do Senai/Cetiqt, autores da pesquisa "Globalização da Economia Têxtil e de Confecção Brasileira: empresários, governo e academia unidos pelo futuro do setor" (SENAI/CETIQT, 2007).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

6.3.2 Etapa 2- Obtenção de informações de experiências entre U-E.

Afim de ampliar o conhecimento, realizaram-se alguns contatos, por meio de entrevista aberta, com empresários do setor têxtil e profissionais da academia que tem experiência no relacionamento U-E. Algumas informações foram obtidas tambépor e-mail. As entrevistas foram gravadas e transcritas, de onde se retiraram as informações mais pontuais referentes à problemática da pesquisa, procurando-se observar a opinião destes agentes a respeito da experiência de cooperação U-E, pontos positivos e entraves da relação, a importância depositada nodesign e sugestões para a integração U-E. Buscou-se obter informações sobre experiências diversas, sem a preocupação de se restringir ao âmbito dos cursos de *Design* de Moda, pois buscava-se perceber também se existiam características comuns ou diversas que pudessem contribuir com esta tese.

Desta forma, com os estudos bibliográficos, levantamento do estado da arte, conhecimento de algumas experiências de cooperação U-E, troca de informações realizadas em visitas às empresas, entre outras atividades, obteve-se maior embasamento que contribuiu significativamente para a construção de questionários a serem aplicados na pesquisa de campo.

6.4 Segunda Aproximação:Pesquisa de Campo

Diz respeito às pesquisas de campo realizadas com as empresas têxteis/confecção e as instituições de ensino de moda e Design participantes do Projeto Santa Catartina Moda Contemporâneo (SCMC). Correspondem às etapas 3 e 4, conforme apresentadas no Quadro 6.2. Este momento vem possibilitar o conhecimento sobre a realidade atual das empresas e instituições de ensino no que se refere à inovação, Design e a relação de integração que estes atores estabelecem entre si. Entende-se que é um momento importante para o envolvimento dos entrevistados com o processo de pesquisa como um todo. A ação de responder o questionário e participar de entrevistas coloca-os em uma condição de reflexão sobre sua realidade e conhecimento das etapas posteriores desse trabalho.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

2ª APROXIMAÇÃO (à problemática da pesquisa) PESQUISA DE CAMPO	ETAPAS	OPERAÇÕES METODOLÓGICAS
	3- Pesquisa junto às Indústris Têxteis .	- Aplicação questionário on-line - Entrevista estruturada - Análise - Diagnóstico
	4-Pesquisa junto às Instituições de Ensino	- Aplicação de questionário on-line - Análise - Diagnóstico

Quadro 6.2. Etapas e Operações Metodológicas da 2ª Aproximação
Fonte: elaborado pela autora, 2011.

Nos subitens a seguir, descreve-se como foram organizadas estas pesquisas, destacando-se a população estudada, os instrumentos de coleta e de análise dos dados.

6.4.1
Etapa 3 -Pesquisa com as empresas

Esta pesquisa objetiva diagnosticar a utilização do design e a demanda de inovação das indústrias têxteis e de confecção participantes do Projeto Santa Catarina Moda Contamporânea. Procura também identificar as características da troca existente, atualmente, entre as universidades-empresas do setor têxtil, e como a empresa percebe as competências da universidade.

O diagnóstico dessa realidade se constitui em material concreto a ser apresentado às empresas para iniciar o processo de discussão, já que os empresários, de modo geral, tem como característica dialogar com objetividade e com apresentação de fatos.

A população estudada é constituída por empresas que participaram do projeto SCMC até o ano de 2011 (6ª edição, ano 2010-2011). De um total das 32 empresas, 24 participaram da pesquisa (APÊNDICE 1). Este total corresponde a 0,17% das 14.016 empresas do setor têxtil e de confecção de SC, onde 11.363 empresas são de confecção e 2.652 empresas são de fabricação de têxteis. No entanto, se considerarmos o total das empresas têxteis/confecção de SC, pelo porte, separadamente, eleva-se, significativamente, a percentagem das empresas de grande porte para 32,4%. As de médio e pequeno porte correspondem a 5,1% e 0,9%, respectivamente (ANEXO 2).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

Cabe ressaltar que, embora este número seja pequeno, não inviabiliza a importância deste trabalho, pois a opção da amostra está vinculada à pesquisa-ação com um grupo de empresários já constituído, interessado e com potencial para atuar no processo de desenvolvimento da inovação do setor têxtil. Paraa caracterização do porte empresarial utilizou-se como critério a classificação por número de funcionários, empregada pelo Sistema SEBRAE (2010). Ou seja: Micro Empresa (ME), até 19 funcionários; Pequena Empresa (PE) de 20 a 99 funcionários; Média Empresa (MDE) de 100 a 499 funcionários e Grande Empresa (GE), acima de 500 funcionários. Optou-se pela utilização do critério de classificação por número de funcionários em razão das informações sobre o enquadramento do porte das empresas pesquisadas não estarem disponíveis pelo critério de faturamento, no ano atual da realização da pesquisa, nos órgãos oficiais, e para evitar constrangimentos na aplicação do questionário, principalmente com as pequenas e micro empresas[5].

A maioria situa-se na Mesorregião do Vale do Itajaí e na Mesorregião Norte Catarinense[6], identificadas no mapa com a cor verde e apenas uma empresa situada na Meso Região Sul Catarinense (Figura 6.2).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

[5] Para fins legais, vale o previsto na legislação do Simples (Lei 123 de 15 de dezembro de 2006) que considera microempresas ou empresas de pequeno porte: I – no caso das microempresas, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufira, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais); II – no caso das empresas de pequeno porte, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufira, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais)Maiores informações encontram-se em http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leiscomplementares/2006/leicp123ConsolidadaCGSN.htm.

[6] A MESORREGIÃO NORTE CATARINENSE é formada pelas seguintes microrregiões: Microrregião Geográfica de Canoinhas; Microrregião Geográfica de São Bento do Sul; Microrregião Geográfica de Joinville; e a MESORREGIÃO VALE DO ITAJAÍ é formada pelas seguintes microrregiões: Microrregião Geográfica de Rio do Sul; Microrregião Geográfica de Blumenau; Microrregião Geográfica de Itajaí; Microrregião Geográfica de Ituporanga. Os municípios abrangidos em cada Secretaria de Desenvolvimento Regional (SDR) constam da Lei Complementar 243 de 30/01/2003.

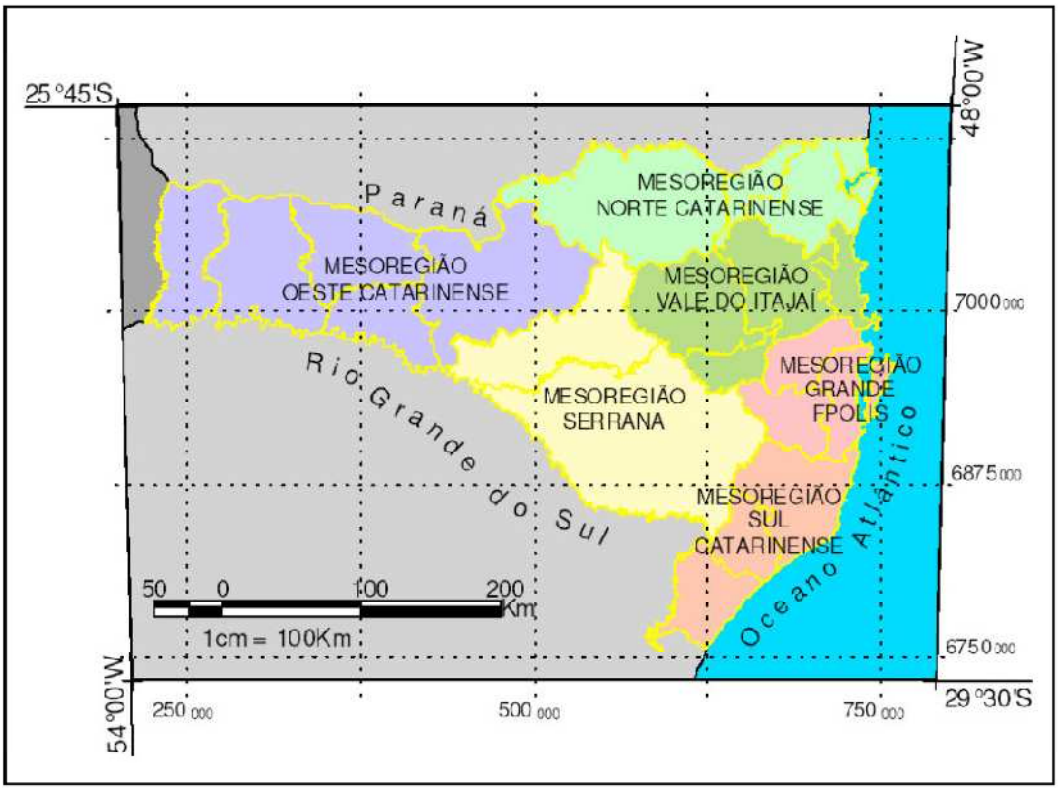

Figura 6.2: Mapa de Regionalização de Santa Catarina
Fonte:CEPA, 2010

A pesquisa foi realizada durante os meses de novembro de 2010 a março de 2011, em duas etapas. Na primeira, os empresários responderam questões relacionadas às características da empresa, seu envolvimento com o design e relação U-E. Na segunda etapa, as questões voltavam-se à inovação da empresa.

Como instrumento de coleta de dados, optou-se pela técnica de aplicação de questionário estruturado (APÊNDICE 1), enviado on-line, para a primeira parte da pesquisa (Bloco A-Perfil da empresa; Bloco C- Utilização do design e Bloco D-Integração Universidade / Empresa) e entrevista estruturada, realizada pessoalmente por esta autora, para a segunda parte, que corresponde ao Bloco B-Demanda de inovação da indústria têxtil/confecção. Este fato deve-se à percepção, no pré teste realizado com 5 empresas, da diversidade de compreensão acerca dos termos abordados relacionados à inovação e o que é ou não considerado inovação no campo da moda. Sendo assim, verificou-se a necessidade de aproximação para a interpretação de conceitos utilizados nesta tese e para facilitar a comunicação. Algumas questões, como as relacionadas à aquisição, troca e criação de conhecimento, foram reformuladas após o pré-teste visando maior objetividade e clareza. No momento da entrevista, foi possível completar algumas perguntas do

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

questionário enviado anteriormente, que ficaram incompletas, e abrir espaços para depoimentos e trocas de ideias que surgiram expontaneamente. O questionário contém 34 questões ao todo:30 de múltipla escolha e 4 abertas (de opiniões).Foi dada grande atenção ao desenvolvimento do questionário. Para tanto, foi elaborado um quadro "Estudo Investigativo com as Empresas/Instituição de Ensino" que contem a indicação do bloco, as categorias que serão posteriormente analisadas, a justificativa da escolha destas e as questões relacionadas, conforme exemplo apresentado no APÊNDICE 2.

Adotou-se, comoinstrumento de análise dos dados,o pacote estatístico SPSS, versão 15.0 para Windows. Utilizou-se a distribuição de frequência absoluta e relativa. As categorias de análise de cada bloco (Quadro 6.3) ficaram assim definidas:

BLOCO	CATEGORIAS DE ANÁLISE
A	**Perfil da empresa** -Distribuição sectorial -Porte -Ambito de atuação -Origem do capital -Posição da empresa no mercado -Estratégia da empresa na busca de sucesso
B	**Demanda de inovação da indústria têxtil/confecção** -Implementação da inovação -Atividades inovativas desenvolvidas -Recursos financeiros e apoios: disponibilidade de recursos para investir em atividades inovativas; apoio do governo - Responsabilidade da inovação - Recursos humanos envolvidos - Incentivos e obstáculos (problemas) encontrados -Gestão do conhecimento para a inovação: aquisição e geração do conhecimento disseminação, compartilhamento e transferência do conhecimento; codificação e construção da memória.
C	**Utilização do Design** - Presença do design na empresa - Nível de utilização do design - Responsabilidade na criação de produtos - Credibilidade da empresa no design

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

D	**Interação Universidade/Empresa** - Presença de arranjos cooperativos - Motivos/expectativas que levam as empresas a se relacionarem com as universidades (e vice-versa) - Tipo de instrumento de cooperação utilizado - estrutura do relacionamento (formalidade do relacionamento) - Satisfação dos parceiros no relacionamento e na participação no SCMC - Conhecimento dos atores a respeito dos motivos que levam seus parceiros a assumirem relações de cooperação - Barreiras /facilitadores na relação U-E, obstáculos e facilidades na obtenção dos objetivos do SCMC - Satisfação resultante na relação com instituição de ensino - Aquisição/criação do conhecimento proporcionado pela integração U_E - Sugestões das empresas para aumentar o relacionamento de cooperação U-E em prol da inovação.

Quadro 6.3: Categorias de análise da pesquisa com as empresas.
Fonte: elaborado pela autora, 2011.

Para as questões abertas, utilizou-se a seguinte forma de análise: pré-análise, que consiste na seleção do material e transcrição das respostas de todas as empresas por questão; identificação das categorias; exploração do material, que diz respeito à junção e análise das respostas por categorias. Cada questão aberta, portanto, foi analisada segundo o "Quadro de Análise das Questões Abertas – Empresas/Universidades", conforme exemplo apresentado no APÊNDICE 3.

Ainda para efeitos de análise, neste trabalho,as empresas têxteis e de confecção são consideradas como:

-*inovadoras* quando implementam inovação de produto, ou de processo, ou de marketing ou organizacional novo ou substancialmente aprimorado (Oslo, 2005), ou inovação de posição ou de paradigma (TIDD et all., 2008, p.30);

- *potencialmente inovadoras*quando desenvolvem atividades inovativas, mesmo não tendo implementado ainda a inovação, ou possuem projeto de inovação em movimento. São as que realizam esforço de inovação. Isto é, conduziram atividades de inovação durante o período de análise (OSLO, 2005, p.158), nesta pesquisa, entre 2006 e 2010.

- *não são inovadoras* quando não implementam, não desenvolvem projetos nem atividades inovativas.

Com relação ao nível de utilização do Design, toma-se como base a "escala de maturidade" dinamarqueza (CE, 2009, p.16), já apresentada no item 3.4.

Neste estudo, a relação universidade-empresa será analisada tendo como base o modelo teórico de relações U-E, apresentado na fundamentação teórica, que parte dos estudos de Bonaccorsi e Piccaluga (1994) e Reis (2008). Sendo

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

assim, os aspectos psicossociais (motivações) e organizacionais (estrutura formal) das relações serão identificadas. Como critério de verificação de um relacionamento positivo (que favorece a inovação), serão levados em conta:

- o conhecimento dos motivos que levam as empresas a se relacionarem com as universidades e vice-versa, pelos próprios parceiros;
- a existência do recebimento, troca e criação do conhecimento na relação, levando-se em conta que a criação do conhecimento conjunto caracteriza um estágio superior na relação (GIBBONS,19940).
- o conhecimento das especificidades da universidade pela empresa e vice-versa.

Por sua vez, os tipos de instrumentos de cooperação (aspectos organizacionais, a estrutura formal do relacionamento), serão analisados segundo quadro apresentado no capítulo 5 (item 5.2), adaptado de Stal et al. (2006) e Reis (2008). Segundo os autores, o sucesso de um processo de inovação pode estar comprometido pelas relações estabelecidas entre a U-E. O nível de envolvimento será identificado, em escala ascendente, da informalidade à formalidade:

Tipo A - se forem pessoais informais

Tipo B - se forem pessoais com acordos formais

Tipo C - se tiverem o envolvimento de uma instituição intermediária

Tipo D - se tiverem acordos formais com objetivos específicos

Tipo E - se tiverem acordos formais tipo guarda-chuva

Tipo F - se apresentarem estruturas próprias para o relacionamento.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

6.4.2
Etapa 4- Pesquisa com as instituições de ensino

Esta pesquisa tem como objetivoverificar, nos cursos de moda e design catarinenses, a existência de projetos e ações que envolvam cooperação com indústrias do setor têxtil/confecção, em prol da inovação. Procura, assim como na pesquisa anterior, identificar também as características da troca existente, atualmente, entre as universidades-empresas do setor têxtil, e como a instituição de ensino percebe as competências da empresa.

A pesquisa foi realizada entre maio-junho de 2010, quando recém tinha iniciado a 6ª etapa do SCMC. As respostas da maioria das instituições de ensino relacionam-

se, principalmente, com as experiências das instituições de ensino nos cinco primeiros anos de atuação do SCMC.

A população estudada é constituída por todas as instituições de ensino que participaram do projeto SCMC até sua 6ª edição (ano 2010-2011), com exceção de duas (que estavam apenas no primeiro ano do projeto), cujos coordenadores não fazem mais parte do corpo docente da instituição. Sendo assim, considerou-se a população formada por 14 instituições de ensino do estado de Santa Catarina. Deste total, 78,6% são de cursos superiores em moda ou design de moda e 28,4% são de cursos técnicos. As instituições de nível superior pesquisadas, correspondem a 62,5% das instituições de ensino de moda de nível superior de SC registradas no MEC (www.mec.gov.br). A lista das instituições participantes está no ANEXO 3.

Como instrumento de coleta de dados optou-se pela técnica de aplicação de questionário estruturado, enviado por Internet (APÊNDICE 4). Partiu-se do princípio que este método permitiria a participação expressiva, as respostas poderiam ser formuladas com tempo de reflexão de acordo com a necessidade de cada respondente, num prazo reduzido e seguro de envio e resposta. Foi realizado um pré-teste com dois coordenadores de outras instituições não participantes do projeto SCMC, visando testar o questionário quanto à clareza, compreensão e lógica. As perguntas relacionadas à participação no SCMC foram retiradas do pré-teste. Antes de enviar o questionário, teve-se a oportunidade de realizar um trabalho de sensibilização, apresentando, pessoalmente, aos coordenadores, os objetivos e a importância da participação das instituições na pesquisa. O questionáriofoi composto de 15 questões, na maioria de múltipla escolha, contendo 4 perguntas abertas. Os conteúdos referem-se à caracterização do curso; tipo de parceria e relacionamento que estabelecem com as empresas; conhecimento dos motivos e entraves do relacionamento; relação da instituição com sua função de pesquisa e participação no desenvolvimento econômico voltado à inovação da área têxtil/confecção e sua participação no projeto SCMC.

Como instrumento de análise dos dados,foiutilizado o pacote estatístico SPSS, versão 15.0 para Windows. Da mesma forma como foram analisados os dados da pesquisa com as empresas, utilizou-se a distribuição de frequência absoluta e relativa. Para as questões abertas, empregou-se também o mesmo sistema utilizado na analise das empresas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

Algumas questões dos questionários aplicados com os empresários e instituições de ensino foram cruzadas. Sendo assim, pode-se perceber se a empresa conhece os reais motivos que levam a universidade a estabelecer relações de parcerias e vice-versa; se o relacionamento atendeu às expectativas sob o ponto de vista de cada um dos atores; se as instituições de ensino acrescentaram algum tipo de conhecimento novo para a empresa e vice-versa.

Os resultados dessas duas pesquisas foram divulgados às empresas e instituições de ensino e apresentados no fórum, como elemento base para discussão. A par de dados atuais, os atores podem discutir a política de design para o fomento da inovação do sector têxtil de SC e propor estratégias direcionadas às questões pontuais, de maior urgência ou impacto, se assim optarem .

6.5
Terceira Aproximação:Pesquisa Qualitativa – opinião dos agentes envolvidos

A terceira aproximação envolve ações realizadas em conjunto com os pesquisados, considerados agentes de pesquisa. Ou seja, a realização do Fórum (etapa 5 da pesquisa), conforme Quadro 6.4.

3ª APROXIMAÇÃO	ETAPA	OPERAÇÕES METODOLÓGICAS
(à problemática da pesquisa) OPINIÃO DOS AGENTES ENVOLVIDOS	1- Fórum	- Fórum de discussão com empresas, universidades, pesquisador, comunidade interessada; apresentação do diagnóstico da pesquisa anterior; discussão e proposição de diretrizes emgruposde trabalhos;síntese das conclusões

Quadro 6.4. Etapa e Operações Metodológicas da 3ª Aproximação
Elaborado pela autora, 2011.

6.5.1
Etapa 5 -Fórum

O principal objetivo do Fórum é reunir em um único espaço profissionais da área têxtil, estudantes, docentes, empresários e comunidade interessada, para tomarem conhecimento sobre os resultados das pesquisas de campo acima descritas (etapas 3 e 4 do Quadro 6.2) e, por meio de discussões e debates, iniciar o processo de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

formulação de diretrizes para a política de design voltada à inovação do setor têxtil de SC. A opção pela escolha da realização de um fórum deve-se ao caráter participativo, de reflexão-ação, que o mesmo possibilita aos atores envolvidos. À esta tese, representa um estágio mais avançado para a compreensão da problemática da pesquisa (terceira aproximação), ou seja, o conhecimento de como os agentes envolvidos pretendem lidar com esta realidade. O material elaborado para a organização do Fórum (*release*) encontra-se no APÊNDICE 5.

Instrumento de coleta e análise de dados - Para desenvolver um processo estruturado de análise, adaptou-se o "Modelo das Quatro Ações - Eliminar-Reduzir-Elevar-Criar" de Kim e Mauborge (2005)[7], para a visualização de futuras estratégias. Busca-se identificar, segundo o ponto de vista dos participantes do fórum, os atributos mais significativos parauma política de design,para a inovação do sector têxtil, a partir de três eixos: inovação, design e relação Universidade – Empresa.Parte-se da seguinte questão chave:

Questão chave: Que atributos relacionados à inovação, ao design e à relação entre universidade e empresa,paraa política de design têxtil catarinense, deveriam ser eliminados , reduzidos, elevados e criados?

A partir desta pergunta chave, que vem acompanhada de algumas premissas (APENDICE 6) retiradas do referencial teórico dessa tese e resultados da pesquisa com as empresas e instituições de ensino, são apresentadas três questões que nortearão as reflexões de alguns grupos de trabalho, formados pelos participantes do fórum.

Sendo assim, a dinâmica operacional do fórum foi organizada em três momentos:

(a) Apresentação dos dados da pesquisarealizada com as empresas e instituições de ensino. Os dados serão apresentados por meio de gráficos, estatísticas e

[7]O modelo utilizado por Kim e Mauborge (2005) visa a construção de estratégias que levem as empresas a encontrar novos espaços no mercado. O processo envolve a reconstrução de elementos de valor para o comprador. Uma nova curva de valor é construída a partir da visualização analítica de matrizes de valores dos concorrentes e da matriz atual da empresa. Para tanto, dispõe de perguntas-chave sobre os atributos que devem ser eliminados, reduzidos, elevados e criados, visando questionar a lógica estratégica e o modelo de negócio do setor (KIM & MAUBORGNE, 2005, p. 29).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

listagem das principais opiniões dos participantes da pesquisa, por meio de PowerPoint.

(b) Organização de pequenos grupos de trabalho para responder às questõespreviamente elaboradas. Os grupos deverão conter representantes dos setores empresarial, acadêmico (aluno e professor) e comunidade interessada. Cada grupo terá uma mesa com *notbook*, que estarão ligados em rede. Os grupos de trabalho serão formados por tema - Grupo Inovação, Grupo Design e Grupo Relação U-E – onde terão uma pergunta específica para discussão e preenchimento de uma ficha, conforme exemplo da figura 6.5.

GRUPO INOVAÇÃO	
Pergunta: *Pensando na construção de diretrizes para a formulação de política de design para o setor têxtil de SC, que atributos relacionados à inovação deveriam ser eliminados, reduzidos, elevados e criados ? E de que forma?*	
O quê?	**Como?**
Eliminar:	
Reduzir:	
Elevar:	
Criar:	

Quadro 6.5: Exemplo de ficha para grupo de trabalho do fórum
Elaborado pela autora, 2011.

Seguindo a mesma sistemática, o Grupo Design parte da seguinte pergunta:

O quê, concretamente, pode-se eliminar, reduzir, elevar e criar para fomentar o Design no setor têxtil catarinense?

E o Grupo Relação Universidade-Empresa (U-E) tem a seguinte questão específica: *Para favorecer a relação entre as instituições de ensino de moda/ design e empresas do setor têxtil, o que deve ser eliminado, reduzido, elevado e criado?*

(c)Volta ao grande grupo para apresentação dos resultados e elaboração de conclusões gerais. As respostas de todos os grupos, enviadas à mesa coordenadora geral dos trabalhos, serão sintetizadas por temas e apresentadas à plenária que irá votar as que devem ter prioridade.

d) Relatório final do Fórumserá elaborado por esta pesquisadora e enviado aos participantes pela internet.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA

6.6
Proposta

Esta sexta etapa da pesquisaapresenta referenciais teóricos/operacionais para contribuir com a formulação de política de design para o setor têxtil catarinense.As diretrizes apresentadas,no Capítulo 8, têm como base os resultados das reflexões obtidas no levantamento bibliográfico (estado da arte), na pesquisa de campo e no Fórum realizado com a participação dos empresários, representantes das instituições de ensino e profissionais da área de moda.

O objetivo não é ter um material extensivo nem generalista, mas, sim, indicar caminhos pontuais e oportunidades para a ação dos muitos agentes interessados na competitividade da cadeia têxtil catarinense.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721265/CA