

8 Referenciais teóricos/operacionais para a política de design para o fomento da inovação no setor têxtil/confecção

A pesquisa-ação, que tem tornado viável este trabalho, leva em consideração as pessoas como agentes do processo. Nesse sentido, o pesquisador deve levar em conta as opiniões e decisões dos pesquisados. No entanto, ele também, como sujeito da pesquisa, tem como responsabilidade externar suas análises, fundamentadas na práxis. É nesse sentido que este capítulo se coloca. Não como proposições definidas ou verdadeiras, mas como um material resultante da reflexão profissional, que tem o compromisso também de trazer respostas acadêmicas, para serem discutidas com a comunidade.

Portanto, este capítulo tem como objetivo levantar algumas diretrizes que possam contribuir com o processo de criação de política de design para o fomento da inovação na cadeia têxtil de Santa Catarina. Assim, pontua alguns elementos na dimensão conceitual, estrutural, estratégica e instrumental.

8.1 Dimensão conceitual - princípios teórico norteadores

a) Política de Design entendida como estratégia que define a visão e a direção, criada e adotada em processo participativo de cooperação pelos atores diretamente interessados, para o desenvolvimento do design comprometido com a inovação do setor têxtil. A promoção do design faz parte integrante de um esforço na busca de seu desenvolvimento, reconhecimento e implantação junto às empresas, instituições de ensino e sociedade como um todo. A Política, assim, deve priorizar a atuação do design colocando-o no nível estratégico da empresa, na participação de desenvolvimento de processos em geral e de desenvolvimento de produto de moda centrado no usuário e na identidade local. A educação em design pode ser feita através do incentivo das ações de aproximação entre instituição de ensino/pesquisa e indústria, maior integração entre teoria e prática, desenvolvimento de pesquisas metodológicas, experimentais, aplicadas, entre outras promoção da capacitação profissional e dos cursos de Pós-graduação.

b) O Design incorporado no processo de inovação como

atividade de criação e desenvolvimento de um produto, serviço ou sistema novo ou significativamente melhorado que garanta a melhor interface com as necessidades, aspirações e capacidades do usuário, tendo em conta os aspectos da sustentabilidade econômica, social e ambiental (COMMUNITES EUROPEAN, 2009).

Colocando-se também, como atividade multidisciplinare estratégica, ajuda a visualizar cenários possíveis para apoiar a tomada de decisões estratégicas da empresa. A inovação pelo design representa uma tomada de atitude da empresa que coloca o processo de desenvolvimento do produto entre as necessidades (aspirações e capacidades humanas) do usuário e as exigências da sociedade. O design como atividade multidisciplinar favorece os processos de inovação onde o

designer pode desenvolver ações atuando, também, no campo da gestão de integração U-E.

c) Processo participativo de cooperação para a inovação. O sistema participativo de Política de Design, convergente entre universidade e empresa, fundamenta-se na ideia de cooperação para a criação do conhecimento como forma de se chegar à inovação do setor têxtil por meio do design. Entende que participação significa ter parte na ação (de acordo com a etimologia da palavra, participação origina-se do latim "participatio": pars + in + actio). Ter parte na ação, neste sentido, envolve o ter acesso ao agir e às decisões que orientam o agir. "Executar uma ação não significa ter parte, ou seja, responsabilidade sobre a ação. E só será sujeito da ação quem puder decidir sobre ela" (BENINCÁ, 1995, p. 14). Portanto, participar do processo de cooperação para a inovação, subtende estar presente, tanto nas decisões e construções de propostas (planos, programas, projetos, ações, eventos) como no processo de implementação, acompanhamento e avaliação. Envolve, também, o esforço de realizar a aproximação das unidades produtivas (empresas) e especializadas (universidades e centros de pesquisas) que se tangenciam em direção ao conhecimento das especificidades, potencialidades, motivações e objetivos específicos de cada unidade para contribuir no alcance do objetivo comum: a inovação (FIGURA 8.1). É importante a gestão adequada das interações institucionais e dos relacionamentos. Busca-se o Modo 2 de Produção do Conhecimento (GIBBONS, 1994) em que ambas as organizações são participantes ativas desse processo. Sendo assim, para que universidade e empresas possam realizar processo participativo de cooperação para a criação do conhecimento novo, faz-se necessário que as motivações e objetivos específicos de cada organização passem a ser conhecidos entre si. Desta forma, a Universidade e Empresa podem partilhar de projetos com objetivos em comum. A produção do conhecimento é, então, maior, neste caso (representado no lado direito da Figura 8.1), pois ocorre no contexto de aplicação deste e na multidisciplinaridade.

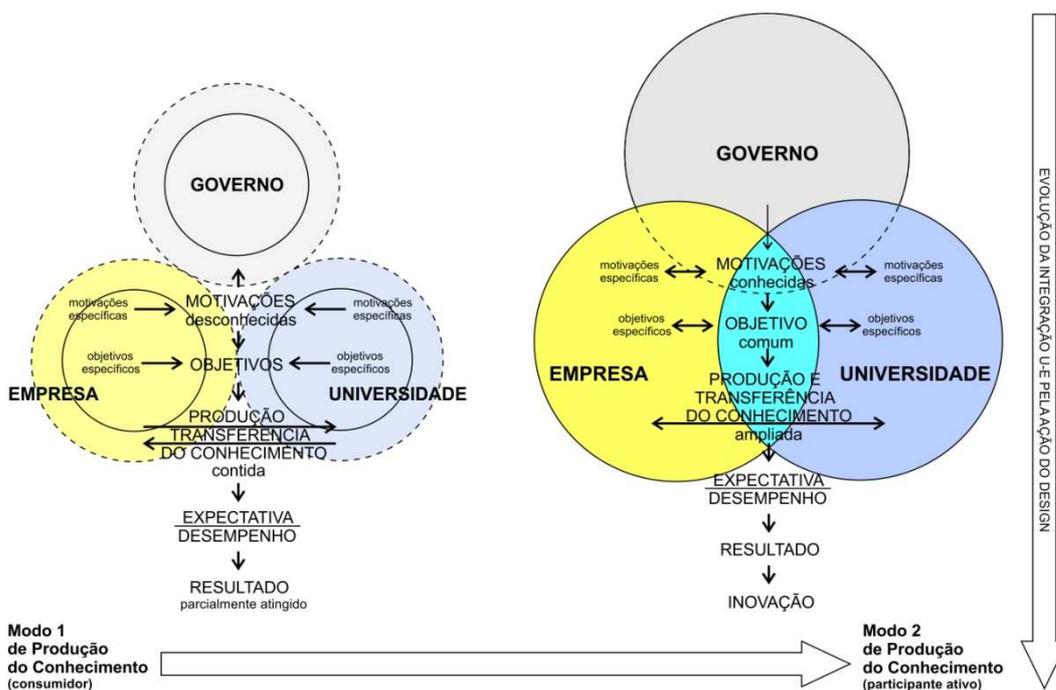


Figura 8.1: Modelo de Gestão de Integração Universidade-Empresa para Política de Design para o Fomento da Inovação

Fonte: elaborada pela autora, 2011.

Sendo assim, o desempenho do relacionamento depende da combinação entre diversos fatores. Ou seja, das características do processo de transferência do conhecimento, dos procedimentos de coordenação adotados e da própria estrutura do relacionamento. As questões de ordem psicossociológica das relações entre a U-E, como por exemplo as motivações, interagem com a estrutura organizacional do relacionamento e seus processos de gestão. Portanto, antes mesmo de atuar na realidade econômica do setor têxtil, o sistema proposto entende que há uma complexidade muito grande na integração U-E que exige maior conhecimento e compreensão das intenções e potencialidades de cada instituição, da necessidade de formalizar a relação e saber gerenciá-la.

8.2 Dimensão Estrutural

A estrutura do sistema participativo de política de design para o fomento da inovação do setor têxtil/confecção é constituída pelos componentes da Hélice Tríplice. Cabe, principalmente, à universidade coordenar a difusão do conhecimento científico e atualizado (estado da arte) sobre inovações, pesquisa de moda, entre outras. Apesquisa sobre a demanda de inovação e utilização do design nas empresas têxteis/confecção também dizem respeito ao sistema de informação universitário, pois permitem avaliar as necessidades do setor produtivo e fazê-los refletir nos cursos de moda/design. A problematização e definição do problema relacionado à inovação do setor têxtil/confecção, a serem conhecidos e discutidos em um fórum com a participação das empresas, universidades, governo e profissionais da área de moda, marcam o compartilhamento de responsabilidades no início do processo. Por ser lento, devido demandar consenso, o processo participativo de análise, geração de alternativas, valoração e seleção de prioridades para as situações encontradas exige uma série de encontros e eficiência na coordenação. Uma equipe de especialistas, nesta sistemática participativa, tem um papel importante frente à grande quantidade de informações e complexidade das situações que podem gerar escolhas, pelos atores do fórum, nem sempre apropriadas. No entanto, atuam como ferramenta de análise de decisão e não de tomada de decisão. A política de design, assim, dirige-se às necessidades e prioridades levantadas pelos interessados diretos no processo de inovação do setor. O planejamento, a ação e a avaliação também estariam sustentados na participação e nas especificidades dos atores da Hélice Tríplice – empresa, universidade e governo. Embora apresentado linearmente no esquema abaixo, o ciclo representa uma espiral contínua e aberta, onde a sequência das fases pode alterar-se. A estrutura proposta (coluna do meio do esquema a seguir) enfatiza o Design como processo catalizador para a inovação (coluna da esquerda do esquema) e é viabilizada por encontros presenciais e por redes virtuais sustentadas pela tecnologia da informação e comunicação (coluna da direita do esquema).

Problematização

Conhecimentos Existentes

Estado da arte



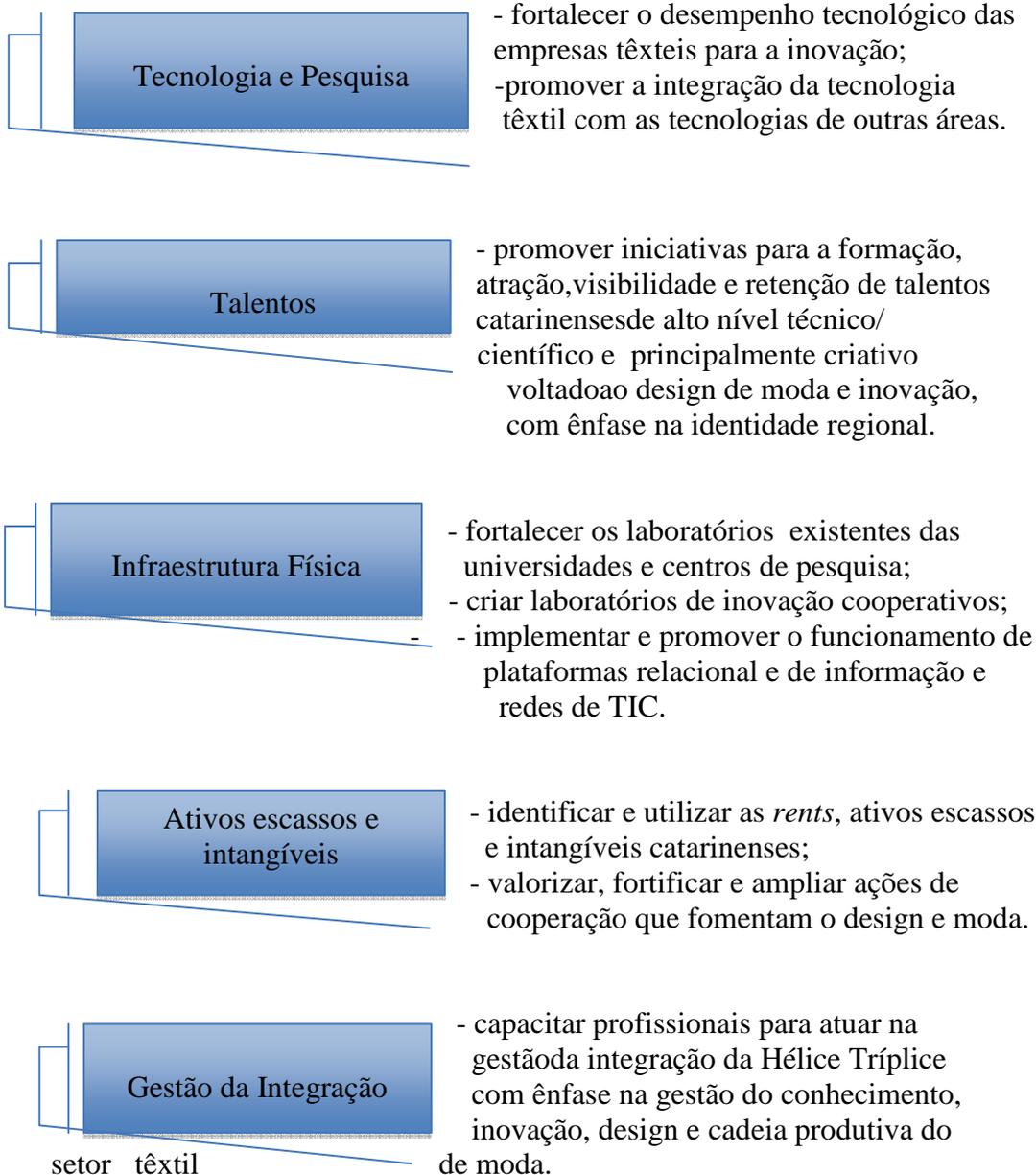
Viabilizado por encontros presenciais e rede de Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC

8.3 Dimensão Estratégica



-impulsionar a integração de atores institucionais (universidades, empresas,

governo) amplificando as competências, recurso internos e criação do conhecimento.



8.4 Dimensão Instrumental

Plataforma Informativa-Relacional Têxtil (instrumento de inteligência integrada)

A proposição de criação de um instrumento de inteligência integrada estaria focada: na transferência de conhecimentos tácitos e explícitos e de competências especializadas; na decodificação dos reais interesses e necessidades das empresas; na ativação das potencialidades e especificidades das empresas e instituições de ensino/pesquisa; na decodificação de informações atualizadas, nacionais e internacionais, de moda e estado da arte da tecnologia e inovação mundial, entre outras ações. Ou seja, um instrumento de gestão de conteúdo informativo e relacional, tanto em rede digital quanto de relação direta entre organizações entre si e destas com as instituições. Compõe a plataforma:

- Banco de dados Industrial: mapeamento das indústrias têxteis/confecção do estado;
- Banco de talentos: cadastro de estilistas, designers, profissionais da área de moda;
- Banco de *Cases*: disponibiliza e divulga cases de sucesso; dissertações e teses
- Universidades Integradas: programa que possibilita a integração das universidades e centros de pesquisas nacionais e internacionais; disponibiliza conteúdos relacionados à inovação de modo em geral e específicos da área têxtil; pesquisas em andamentos e projetos; agenda de eventos, palestras, *workshops*, etc.
- Promoção do design: concursos, mostras, exposições, palestras, desenvolvimento de propagandas, filmes, etc.
- Pesquisa Interdisciplinar: promove o estudo e realização de pesquisas desenvolvidas por meio da interação de diversas cadeias de valor (por exemplo: da área têxtil, biológica, mecânica; mecatrônica, química, etc.);
- Rodadas de negócios: em ambiente virtual ou presencial, estariam disponibilizados projetos inovadores para o setor. Participariam projetos de profissionais liberais, de professores, acadêmicos, bem como de colaboradores das empresas que disponibilizariam suas informações adquiridas no decorrer de suas atividades profissionais.
- *Open-innovation*: espaço reservado para resolução de problemas ou desafios para a área têxtil/confecção de moda.

Laboratório de inovação: espaço designado para o desenvolvimento de pesquisas científicas e experimentais voltadas à inovação do setor têxtil e de confecção. Funcionaria como uma cooperativa de empresas, universidades, centros de pesquisa e escritórios de designers. Além do investimento dos empresários e IES, estariam subsidiados pelo governo.

8.5 Síntese e conclusões

Esta tese parte do princípio de que a formulação de política de design para o setor têxtil deve partir do posicionamento dos atores interessados frente às suas necessidades e potencialidades. No entanto, a intenção deste capítulo foi criar um material resultante da análise e amadurecimento das informações e conhecimentos adquiridos durante este processo de pesquisa-ação para serem discutidos em um próximo fórum. Tem-se ciência de que se trata de um processo de construção coletiva de conhecimento em que o foco principal está sendo o amadurecimento dos envolvidos nas múltiplas dimensões dos problemas da cadeia de valor têxtil/confecção de moda para a tomada de ação.