

A INTERAÇÃO EMPRESA-UNIVERSIDADE COMO FORMA DE MELHORIA DA QUALIDADE NA AÇÃO DE DESIGN¹

Silvana Bernardes Rosa²

Marcia Fátima Nitibailoff³

Mayara Atherino Macedo⁴

Palavras-chave: Design, Integração, Qualidade.

Resumo:

A integração empresa-universidade tem o intuito de vincular a teoria com a prática. Tal experiência foi aplicada, por dois semestres consecutivos, no curso de Design, Habilitação em Gráfico e Industrial, da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC. Acadêmicos de ambas as habilitações trabalharam unidos para realizar diagnósticos em design em empresas incubadas, oferecendo às empresas uma proposta de trabalho baseada em princípios de design estratégico, além de potencializar a aprendizagem dos alunos. A avaliação de tal processo pode girar em torno de inúmeros parâmetros, o presente artigo visa identificá-los para a avaliação do sucesso dos diagnósticos estratégicos nas empresas.

¹Artigo organizado a partir do Projeto de Pesquisa CEART/UDESC “Aprendendo a ser design – ensino a distância e gestão do design”..

²Prof. Dra. Departamento de Design – CEART-UDESC e coordenadora do Projeto.

³Bolsista de Iniciação científica, aluna do Curso de Design.

⁴Bolsista de Iniciação científica, aluna do Curso de Design.

Introdução

A implantação de um processo que visa a qualidade de uma ação começa com entendimento do que significa qualidade. Ela refere-se a adequação de determinado produto ou serviço, agregando valor e utilidade para o indivíduo que dele faz uso. Atualmente a qualidade é uma das principais estratégias competitivas. Está intensamente ligada à produtividade, ao avanço de resultados, ao crescimento dos lucros através de redução de perdas e desperdício, e ao direcionamento positivo do envolvimento de todos na empresa. Portanto, pretende-se, através da análise dos atores envolvidos no processo de interação empresa-universidade (acadêmicos, empresários, orientador e o próprio conteúdo de ensino), mensurar os fatores que levam esta interação a obter a qualidade, e conseqüentemente o sucesso.

Para PLONSKI (1995), a cooperação universidade-empresa é um arranjo interinstitucional formado por organizações de naturezas distintas, que podem ter finalidades diferentes e adotar formatos bastante diversos. O atual contexto da economia, em acelerada transformação, é um fator colaborador para que relação universidade-empresa seja intensificada. Tal relacionamento traz benefícios mútuos, pois se trata de uma multiplicidade de ações que potencialmente, com maior ou menor intensidade podem ser desenvolvidas por essas organizações.

Em um mercado cada vez mais competitivo, a interação traz benefícios às empresas no sentido de compartilhar riscos e custos associados à Pesquisa e Desenvolvimento de novos produtos. Além disto, o meio universitário provê a elas profissionais em constante atualização sem a necessidade de um investimento maciço em qualificação de pessoal. Tudo isto possibilita um aumento na lucratividade, uma vez que os custos são compartilhados, e a manutenção e expansão de posições vantajosas, através da capacidade de inovação destas empresas. Em contrapartida pelo lado das Universidades, o ambiente empresarial promove a aplicação prática dos conhecimentos gerados no meio acadêmico, validando-os em um cenário real.

Analisar esse processo de interação e mensurar seu impacto nas organizações e universidade, pensando sempre na melhoria, para se alcançar o sucesso é que trata este artigo.

Metodologia

No que se refere à natureza desta pesquisa, esta se apresenta na forma de pesquisa aplicada, cuja finalidade é “gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigida à solução de problemas específicos” (GIL, 1996, p. 37). Isto implica em que não se está interessado unicamente em explicações, mas na possibilidade da solução de problemas concretos.

Em relação à forma de abordagem da pesquisa, esta se trata de uma abordagem qualitativa. “A pesquisa qualitativa objetiva, em geral, provocar o esclarecimento de uma situação para uma tomada de consciência pelos próprios pesquisados dos seus problemas e das condições que os geram, a fim de elaborar os meios e as estratégias de resolvê-los” (CHIZZOTTI, 1991, p. 104). Neste sentido busca-se um esclarecimento conceitual, na forma de explicações e hipóteses, muito mais do que meramente grandezas e índices numéricos. Embora isso não afaste a possibilidade de se recorrer a procedimentos de quantificação, na medida em que isso tender aos interesses gerais do projeto.

A metodologia empregada é do tipo exploratória, a partir da delimitação de um objeto de estudo – a interação empresa-universidade, por meio de estudos de caso dos diagnósticos realizados ao longo dos anos de 2005 e 2006; identificação dos envolvidos no processo e ligações que podem ser estabelecidas entre as empresas e a universidade; consulta aos *logs* do sistema de aprendizado *online* utilizado; avaliação do desempenho dos acadêmicos, e informações sobre as empresas pesquisadas. Tais dados forneceram base dos quais se pôde fundamentar a parte experimental da pesquisa.

Interação entre empresa e universidade

Procurando vincular a teoria com a prática, a disciplina se desenvolveu baseando-se em caso real. Para tanto foram contatadas empresas (a grande maioria das Incubadoras de Empresas Celta e Midi) que foram objetos de trabalho das equipes de alunos. A característica principal da quase totalidade das empresas atendidas é que se encontra em estágio inicial de desenvolvimento, com tempo de vida inferior a quatro anos, estando

relativamente distante do design. A tarefa dos alunos foi de mergulhar no universo da empresa, tanto em seu ambiente interno como externo de modo a identificar oportunidades de desenvolvimento de projetos de design.

O benefício do diagnóstico para as empresas consiste na probabilidade de incorporação do design às suas estratégias gerenciais, e na possibilidade de aplicação do conhecimento oriundo da pesquisa dos acadêmicos em ações podem interferir na competitividade da empresa.

Segundo MELO (1999), para garantir ou ampliar espaços cada vez mais disputados de mercados as empresas têm buscado novas formas de organização que proporcionem condições para a inovação tecnológica. Salienta que essas formas são parcerias entre empresas e destas com universidades, têm o objetivo de manterem e ampliarem suas condições.

Em relação ao corpo discente, o trabalho se caracterizou como um meio de aprendizado e obtenção de informações para o aprimoramento e atualização, possibilidade de trabalharem com problemas mais concretos, que refletem as reais necessidades da indústria. Segundo MACULAN e MERINO (1998) a interação com a indústria representa uma oportunidade para diversificar as formas de valorização dos conhecimentos e competências acumuladas, adquirir novas competências e assumir um novo papel no crescimento econômico.

Discussão

A avaliação de um processo de integração entre empresa e universidade pode girar em torno de inúmeros parâmetros. Alguns deles serão abordados a seguir visando uma primeira leitura de resultados obtidos. Diversos valores podem ser levantados, os parâmetros de identificação dos fatores que resultam na qualidade da ação de design, se apresentam de forma quantitativa e qualitativa. Aquele mais fácil de perceber, enquanto este se percebe mais sutilmente. Assim, a discussão se fará a partir dos valores obtidos.

a. Interações

Segundo ALESSIO (2004) “quando se fala nas atividades que estão inseridas no conceito de cooperação, interação, vinculação ou relação entre a instituição de ensino e a empresa, está se falando de uma multiplicidade de

ações que potencialmente, com maior ou menor intensidade podem ser desenvolvidas por essas organizações”. O processo de interação empresa-universidade pode ser avaliado a partir de diversas óticas. Através do relacionamento professor empresa, aluno empresa, aluno sistema, professor sistema. Tais ações conjuntas puderam ser verificadas a partir do acompanhamento de relatórios de acesso, por meio da avaliação do empresário e do aluno.

Nesta primeira fase no processo de parceria empresa universidade, o professor é o primeiro agente integrador. Seguindo algumas etapas no processo, iniciando-se no diálogo, intensificam-se com a convivência, até atingir a identificação cultural e a confiança.

Na fase inicial, a de conversa de sensibilização, a professora visitou cada uma das empresas, tanto em 2005 como em 2006 apresentando os objetivos do processo, as condições de acompanhamento, os parâmetros a serem avaliados na empresa e as garantias que ambas as partes poderiam honrar (sigilo, acesso a dados, acompanhamento, retorno). A professora também teve que explanar sobre a abrangência da profissão do designer e as possibilidades que ela permite. A resposta dos empresários e gerentes de incubadoras, quanto a este primeiro contato, foi de abertura para novas formas de atuação do design, visto que quase a totalidade dos empresários se viu surpreso com a proposta de gestão.

Qualitativamente, este pode ser considerado como um indicativo de sucesso da ação, visto que um processo de difusão da atuação profissional estaria sendo feito e, ainda que este não fosse o objetivo principal.

A aproximação dos acadêmicos com a empresa gera uma avaliação diferente, visto que a grande maioria dos alunos da disciplina não tinham entrado em uma empresa. A validação da proposta consiste no fato de que as empresas representam o mercado de trabalho dos egressos, sendo assim, é de suma importância para os alunos, desde já, terem conhecimento das dinâmicas, onde as metas, dificuldades, exigências devem ser dominadas para que se possa atuar. SILVA (1999) salienta que apesar das características diferentes entre as universidades e as empresas, a dinâmica atual do mercado, e suas demandas de pessoal e pesquisa, conduzem à necessidade de aperfeiçoar a parceria entre essas instituições.

O parâmetro de indicativo de sucesso se faz presente a partir do momento em que se cumpriu a primeira meta de integração, quebrar a distância entre o acadêmico e seu meio de atuação. Essa primeira etapa do processo de parceria empresa universidade foi assistida e orientada, tendo a presença da professora como fator de segurança e de acompanhamento, minimizando os erros, as divergências, as incompreensões de ambas as partes.

Na interação aluno-sistema, professor-sistema e não excluindo aluno-professor, as atividades foram mediadas e acompanhadas pela Internet, auferidas no sistema Polvo. Foi possível à professora acompanhar o número de acessos dos alunos, quantidade de tempo conectado. Segundo os dados obtidos, houve um acesso freqüente dos alunos, de modo que a cada novo material publicado a mediação foi efetivada, os arquivos chegaram e ficaram disponíveis a todos os acadêmicos.

O retorno dos diagnósticos junto às empresas foi acompanhado pela professora, onde, em cada uma das empresas foi realizada uma reunião final, dela participaram os acadêmicos, os empresários, a professora e por vezes o gerente da incubadora.

Um parâmetro que indica o sucesso na empreitada consiste no repasse de conhecimentos para a empresa. Quando o empresário recebe o diagnóstico da situação da empresa juntamente com propostas melhorias, ele adquire o conhecimento da universidade. Assim, há possibilidade do resultado desta pesquisa gerar novos projetos de pesquisa para a universidade, aumentando a produção científica do pesquisador e gerando recursos financeiros para a pesquisa.

Os aspectos observados são relacionados com a interação entre empresa, alunos e professor, a opinião dos empresários em relação ao trabalho realizado, a repercussão em termos de mídia, ao interesse despertado em novas empresas e desdobramentos esperados para novas ações de mesma natureza. A formação de parcerias entre a instituição de ensino e a empresa pressupõe uma relação calcada no princípio de reciprocidade, em que as potencialidades de cada uma das partes são exercidas em prol do objetivo comum. (ALESSIO, 2004).

b. Retorno dos atores

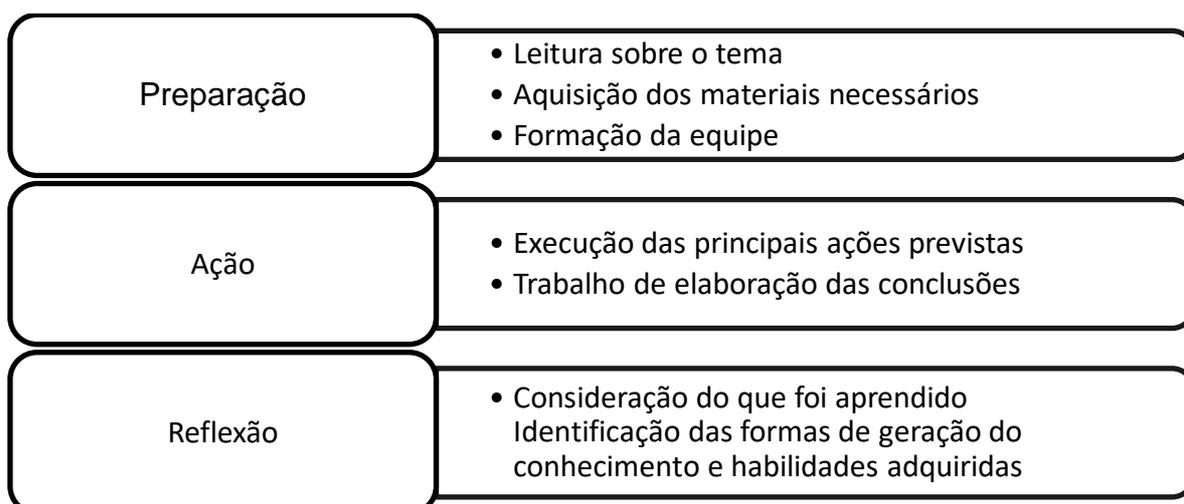
Dentre todos os atores envolvidos na ação de design, acadêmicos, professor e empresários, ainda pode-se destacar os gestores das incubadoras e algumas empresas que observaram de modo remoto o trabalho desenvolvido.

A resposta dos empresários pode ser medida de duas maneiras, tangível e intangível. A primeira pode ser observada por meio dos questionários remetidos aos empresários, e respondido por cerca da metade deles, além dos questionamentos direto na reunião de retorno respondido pela totalidade. De forma intangível, o resultado é percebido pelas conversas informais e os conselhos de empresários, dentre, outros sem que se possa avaliar de forma palpável seu conteúdo. Tais dados foram obtidos através de depoimento do gerente de uma das incubadoras.

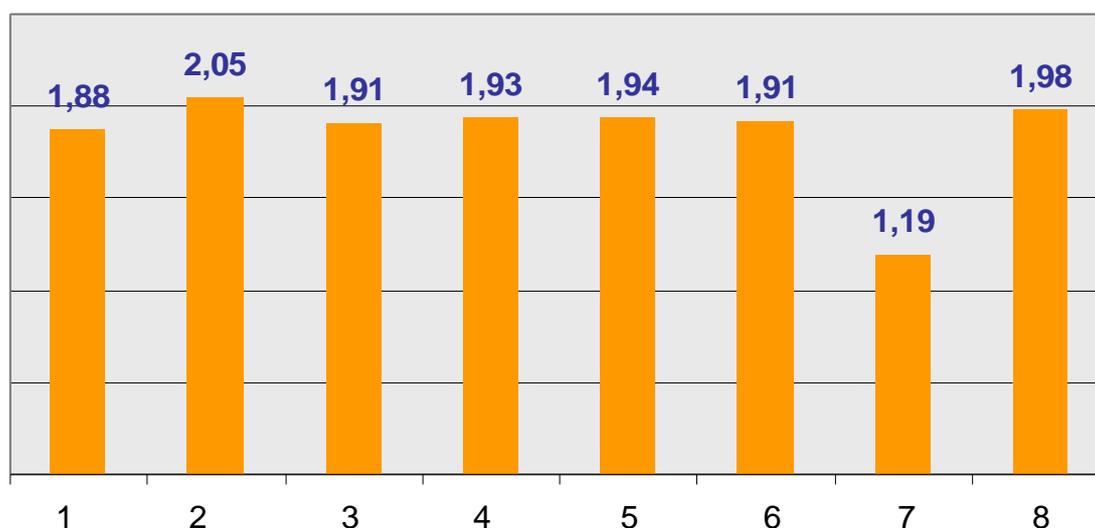
A percepção dos empresários foi de surpresa quanto à amplitude de atuação do profissional do design, já observado no primeiro contato, e a admiração pela potencialidade que um trabalho desta natureza pode provocar na empresa. A realização dos diagnósticos é encarada como parte do processo de formação, e pelos menos dois empresários usaram este fator como parâmetro de julgamento do trabalho realizado, orientado os acadêmicos sobre seus pontos fracos, sobre suas fragilidades.

Sobre a percepção dos alunos, obtida através de instrumento de avaliação aplicado ao final da atividade, não só a atuação na empresa, como também o ensino a distancia e seu processo de mediação via Internet, os acadêmicos concordam que o retorno imediato das atividades publicadas foi de suma importância.

Quanto ao condutor do processo, ou seja, o professor, seu principal papel foi, além de construir as situações de aprendizagem por meio do conteúdo da disciplina, mediar as relações dos alunos com o sistema informatizado, e o primeiro contato dos alunos com os empresários.



Média das Questões



Aluno	Questões								
A	2,0		2,0		1,0	2,5			7,5
B	1,0		1,5					2,5	5,0
C			2,5	2,5	2,0	2,0		1,0	9,0
D		2,5		2,5		2,5		2,5	10,0
E	2,0	1,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0		6,5
F	2,5		1,5	1,5	2,5				8,0
G		2,5				2,5	2,0	2,5	9,5
H	1,5		2,0			1,5		2,0	7,0
I	1,5	2,5	1,5	2,5	2,5	1,5		2,0	9,5
J			2,5		2,5	2,0		2,5	9,5
K		2,5	2,5		2,5			2,5	10,0
L	1,5	1,5		2,0	0,0	0,0		2,5	7,5

M		2,5		2,0		1,5		2,5	8,5
N	1,5	2,0				2,0		2,0	7,5
O		2,5				2,0	2,0	1,5	8,0
P	2,5	1,5		2,5		2,0			8,5
Q	2,0	2,0				1,0		1,0	6,0
R	2,0	2,0		1,5		1,5			7,0
S	1,5		1,5			2,5		2,0	7,5
T	2,0	2,0	2,0		2,0				8,0
U	1,5		1,5	0,0	1,5			2,0	6,5
V		2,5			2,5	2,5		2,5	10,0
W	2,5	2,0	1,5					1,5	7,5
X	2,5	2,5	2,5	2,0					9,5
Y	2,5	2,0				2,5	0,0		7,0
Z	2,0			2,5		2,5		2,5	9,5
AA	2,5			2,5			1,5	2,5	9,0
BB	2,0	2,5					1,0	2,0	7,5
CC		1,5	2,0				1,5	2,0	7,0
DD	2,0	2,0	2,0				1,5		7,5
EE	1,5		2,5	2,5	2,0			2,5	9,5
FF	1,5		1,5			2,5		0,0	5,5
GG	1,5	1,3			2,5	2,5			7,7
HH		2,5	2,0		2,5			1,0	8,0
II	1,5	2,5			2,5			2,5	9,0
JJ	2,0		2,0			2,0		2,0	8,0
KK	2,0	1,0	1,0		2,0				6,0
LL	1,5	2,0	2,0		2,5				8,0
MM				2,5		2,5		1,5	9,0
Número de respostas	28	25	22	15	17	23	8	27	39
Média questões	1,88	2,05	1,91	1,93	1,94	1,91	1,19	1,98	1,85
								Média final	7,99